



## FICHE MARCHE Allemagne 2018

Des chiffres et du sens



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C



# Allemagne

### Données géographiques

- **Superficie :** 357 000 Km<sup>2</sup>
- **Capitale :** Berlin
- **Localisation et frontières :** État d'Europe centrale baigné au nord-est par la mer Baltique et au nord-ouest par la mer du Nord, l'Allemagne est limitée au nord par le Danemark, à l'est par la Pologne et la République tchèque, au sud par l'Autriche et la Suisse, à l'ouest par la France, la Belgique, le Luxembourg et les Pays-Bas.

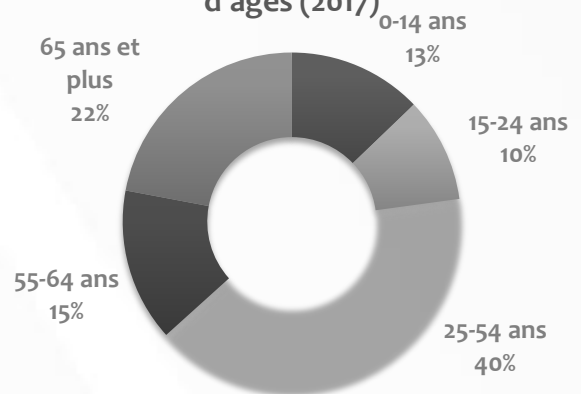


### Données sociologiques

- **Population totale (2017) :** 82 799 977 habitants.
- L'Allemagne est l'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 (2017)



Source : Observatoire régional du tourisme Alsace

### Données économiques

#### Contexte économique

<b>Croissance du PIB (2017)</b>	<b>2.2 %</b>
<b>PIB / habitant (2017)</b>	<b>39 475 €</b>
<b>Taux d'inflation (2017)</b>	<b>1.7 %</b>
<b>Taux de chômage (2017)</b>	<b>3.7 %</b>

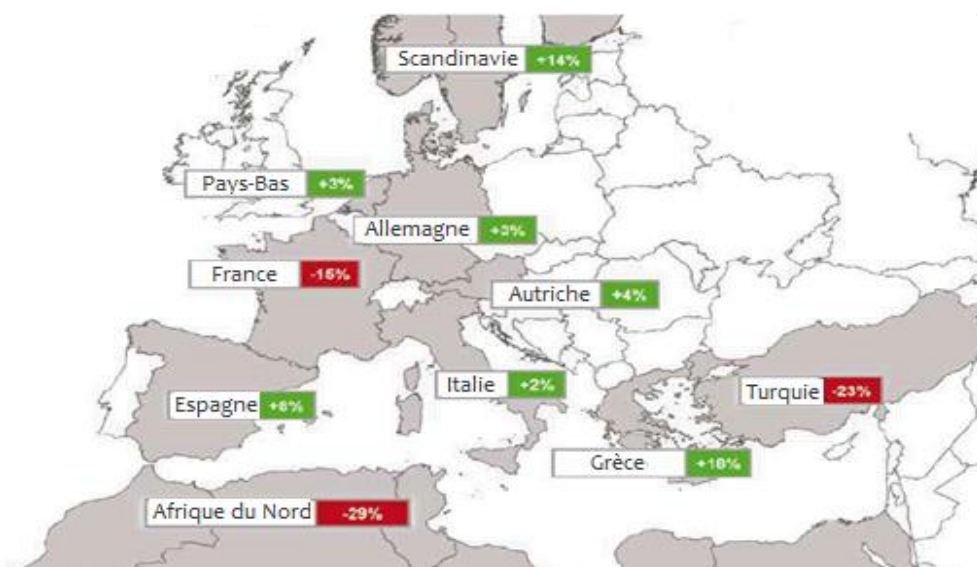
La situation économique en Allemagne a été caractérisée par une forte croissance économique en 2017, qui a dépassé de près d'un point le taux de croissance moyen des dix dernières années (+1,3%), la demande intérieure étant la principale force motrice.

En 2017, les niveaux d'exportation et d'importation ont été plus élevés que les précédents records historiques enregistrés en 2016. La balance du commerce extérieur a dégagé un excédent de 244,9 milliards d'euros. Les administrations publiques ont enregistré, pour la quatrième année consécutive, un excédent de 38,4 milliards d'euros.

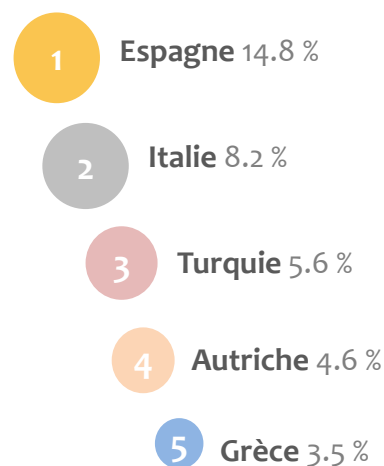
## Constats et tendances

- La demande de voyages observée en Allemagne sur les deux dernières années reste globalement stable. En **2017**, **69%** des allemands avaient l'intention de partir en voyage, contre **70%** en **2016**. Sur les deux années consécutives, seuls **12%** n'ont pas prévu de vacances
- Pour **38%** des allemands, les risques terroristes influencent le choix des destinations. **27%** préfèrent rester très prudent dans leurs choix, **18%** pourraient même éviter leurs destinations préférées.
- Le nombre de voyages de courte durée (2-4j) a augmenté en **2016** totalisant **80.5 millions** de voyages dont **75%** sont des escapades en villes « city break » en Allemagne (principalement en Bavière et en Rhénanie-du-Nord-Westphalie).
- Du côté des destinations à l'étranger, l'Espagne reste la «top-destination» avec une part de marché de plus de

## Zoom sur le tourisme émetteur (2015-2016)



## Top 5 destinations en 2016



En **2016**, plus de **77%** des allemands ont effectué au moins un voyage de plus de 5j totalisant ainsi **68.7 millions** de voyages.

**5.3 millions** de voyages long courrier ont été effectués en **2016**, principalement en Asie du Sud, Amériques du Nord, Emirats Arabes et en Caraïbes.

Avec une durée moyenne de séjour de **12.6j**, les hôtels demeurent le type d'hébergement le plus prisé par les touristes allemands (**46%**), suivi par les appartements (**26%**) et en dernier lieu les campings (**6%**).

Pour leurs voyages, les allemands privilégient les voitures (**47%**) et les avions (**39%**) comme moyen de transport.

Les autres moyens terrestres tels que les bus et les trains viennent en dernier choix avec **6%**

Avec un panier moyen de **983 euros** par personne, les dépenses touristiques des allemands à l'étranger se sont élevées à **67.5 milliards d'euros** en **2016**.

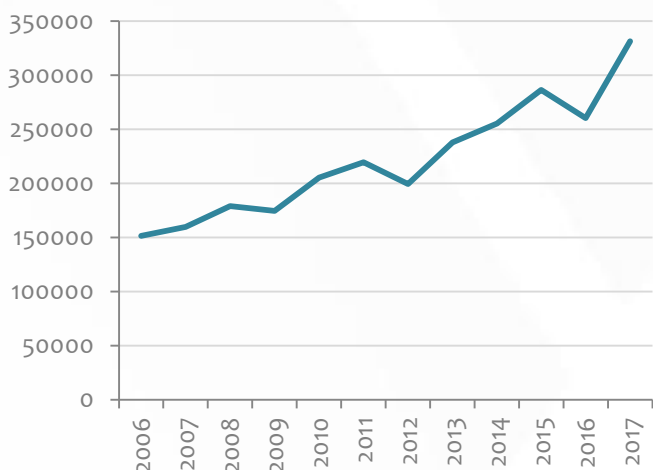
Pour l'organisation des voyages, les formules packages restent les plus répandues chez les allemands avec **43%**.

Concernant les canaux de réservation, Internet est en train d'inverser la donne. En **2016**, **38%** des réservations se sont faites via des portails en ligne; on prévoit même que toutes les réservations seraient effectuées online d'ici

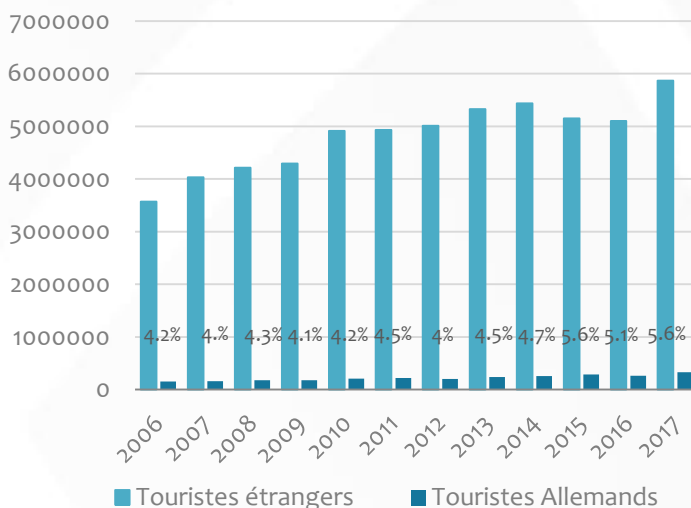


## Fréquentation touristique au Maroc - 2017

### Évolution des arrivées en provenance du marché allemand aux postes frontières (2006-2017)

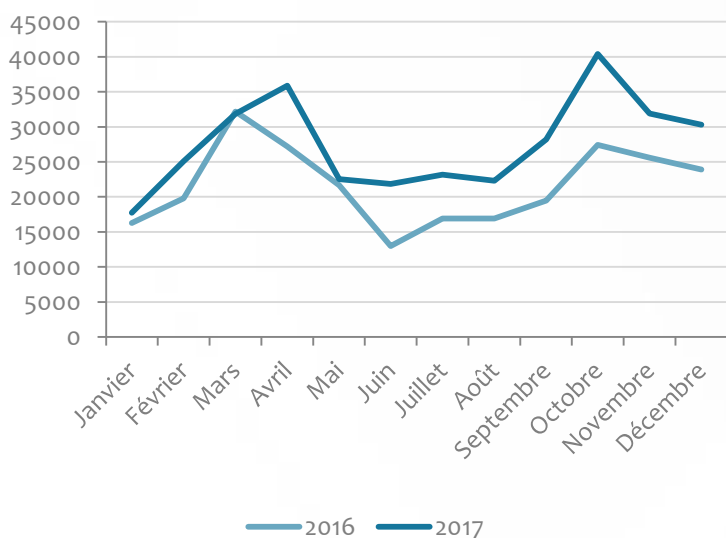


### Évolution des arrivées des TES aux postes frontières (2006-2017)



Le nombre de touristes allemands a considérablement augmenté passant de **151 396** en **2006** à **331 185** arrivées en **2017**, enregistrant ainsi un taux de croissance annuel moyen (TCAM) de **7.4%** sur la période **2006-2017**. En **2016**, les arrivées ont enregistré une augmentation de **27.3 %** par rapport à l'année qui précède; ces arrivées ont représenté en moyenne **5.6 %** des arrivées des touristes étrangers en **2017**.

### Variation saisonnière des arrivées des allemands



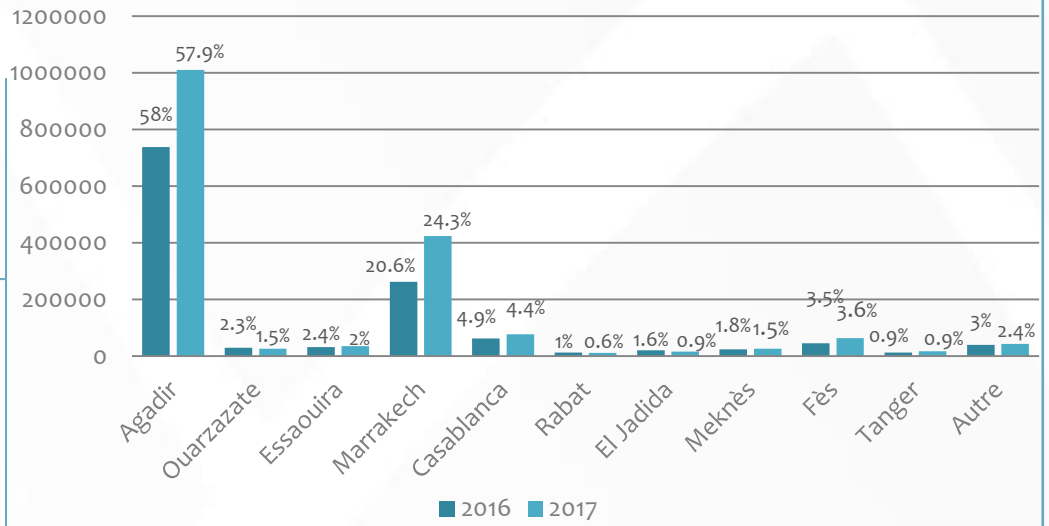
En **2017**, la variation saisonnière des arrivées provenant du marché Allemand s'est rapprochée de celle enregistrée en **2016**. La demande a connu des fluctuations continues au fil des deux dernières années avec un pic en mois d'octobre. Le pic d'activité en mars **2016** s'est décalé en avril **2017**. Le creux d'activité observé en mois de juin **2016** s'est considérablement atténué. Ceci est dû essentiellement au décalage du mois de ramadan (mois de faible activité en général) mais également à une programmation plus soutenue de la destination en **2017**.



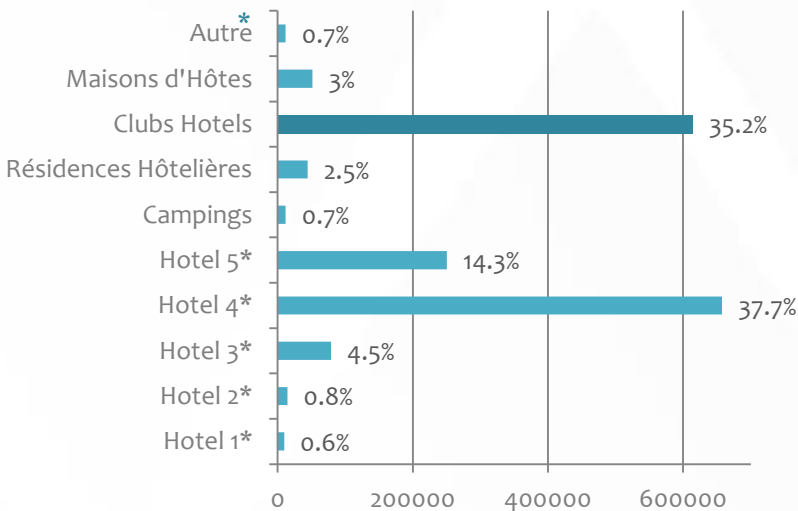
## Fréquentation touristique au Maroc - 2017

Avec des parts de **58%** et de **24%** respectivement en **2017**, les villes d'Agadir et de Marrakech restent les destinations les plus prisées par les touristes allemands.

## Ventilation des nuitées par destination



## Ventilation des nuitées du marché allemand dans les EHTC - 2017



Les Allemands privilégient les Clubs Hôtels (**35.2%**), les Hôtels 4\* (**37.7%**) ainsi que les Hôtels 5\* (**14.3%**). Ces trois modes d'hébergement sont directement suivis par les Hôtels 3\* (**4.5%**).

\*auberges, camping, gîtes, motels, pensions et résidences immobilières

## Durées moyennes de séjour par destination (DMS)

	Agadir	Quarzazate	Essaouira	Marrakech	Mogador	Casablanca	Rabat	El Jadida	Mazagan	Saïdia	Meknès	Fès	Dakhla	Tétouan	Tanger
2016	7.6	1.3	2.5	3.1	4.9	1.6	1.9	2.9	4.7	6.3	1.2	2	4.2	2.3	2
2017	8.3	1.3	2.6	3.3	4.5	1.5	2.1	3.1	5.1	5.9	1.2	1.7	6.6	3	2.2

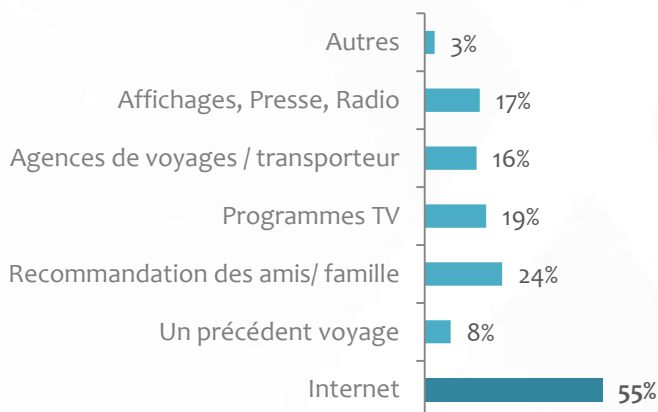
La DMS par destination a connu quelques changements entre **2016** et **2017**. La hausse la plus marquée a été enregistrée à Dakhla (**+2.4j**). Agadir a aussi accusé une hausse de la DMS (**+0.7j**) entre **2016** et **2017**, faisant d'elle la destination marocaine où les touristes allemands préfèrent passer le plus de temps (**8.3** jours en moyenne en **2017**).



Les données fournies dans cette partie sont issues des résultats jusqu'à fin Décembre 2016 des enquêtes de «Suivi de la Demande Touristique» (SDT) réalisés 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 sociologique des groupes de touristes, sur leurs motivations, leurs lieux de séjours, les hébergements fréquentés et les dépenses effectuées.

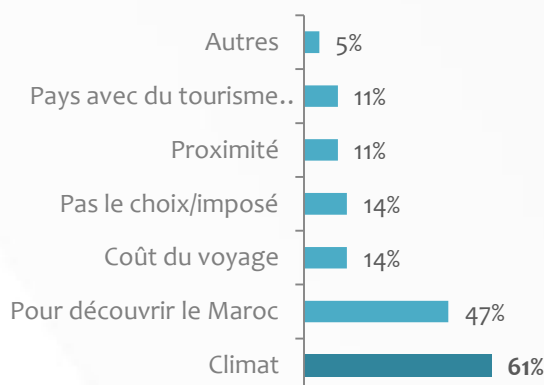
## Organisation du voyage

### Sources d'information



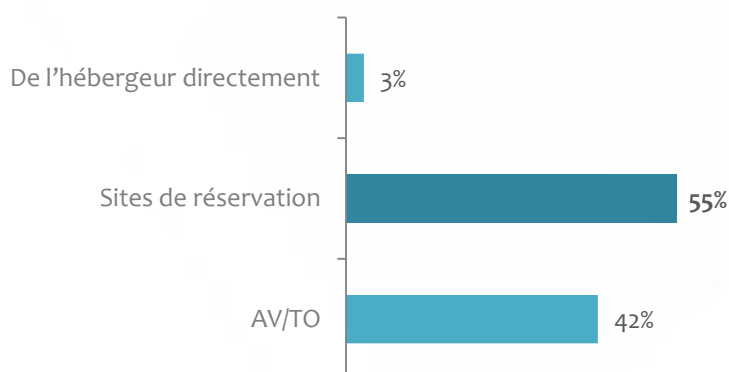
**55%** des allemands viennent au Maroc en s'informant sur le net. **24%** d'entre eux se fient aux recommandations de leurs familles/amis.

### Motifs du choix du Maroc



Les principaux motifs qui favorisent le choix du Maroc comme principale destination pour le voyage chez les allemands sont le climat et la découverte du Maroc.

### Mode d'organisation du voyage

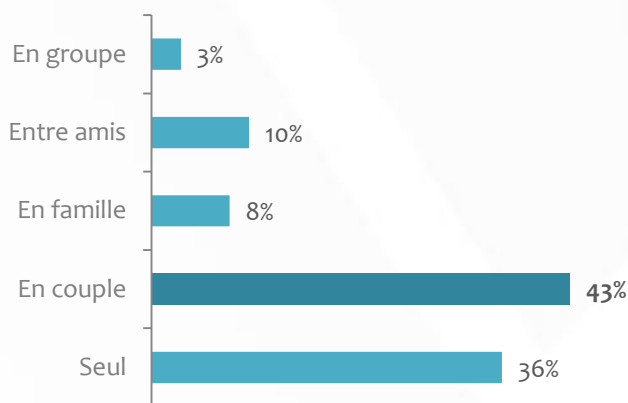


**55%** des touristes allemands ont organisé leur voyage au Maroc à travers un site de réservation et **42%** auprès d'une agence de voyage/ tour opérateur.



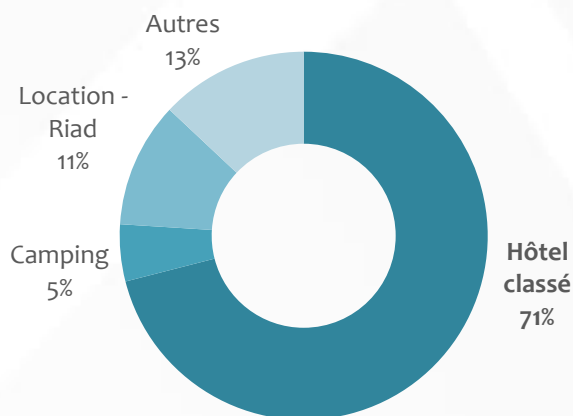
## Habitudes de voyages

### Structure des groupes



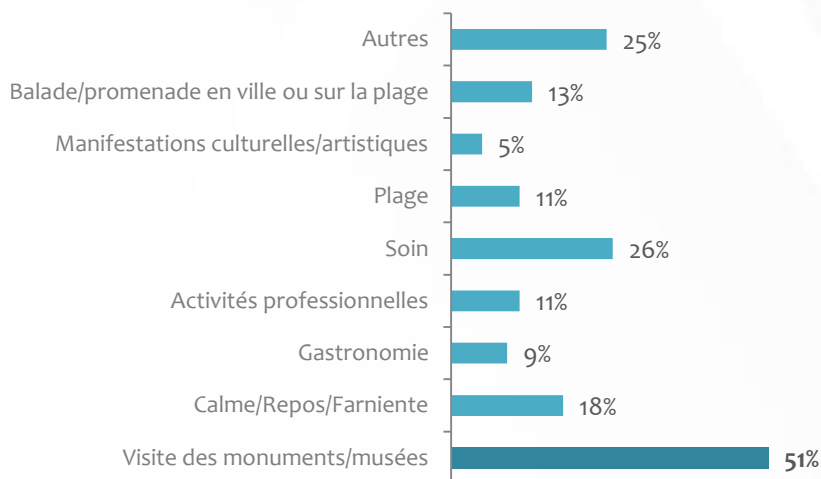
En majorité, les touristes allemands viennent au Maroc en couple (43%) ou seul (36%).

### Lieu d'hébergement



La majorité des allemands (71%) ayant visité le Royaume ont passé leur séjour dans des hôtels classés.

### Activités pratiquées



Durant leurs séjours au Maroc, les allemands préfèrent visiter les monuments et musées (51%).

### Dépenses totales et journalières

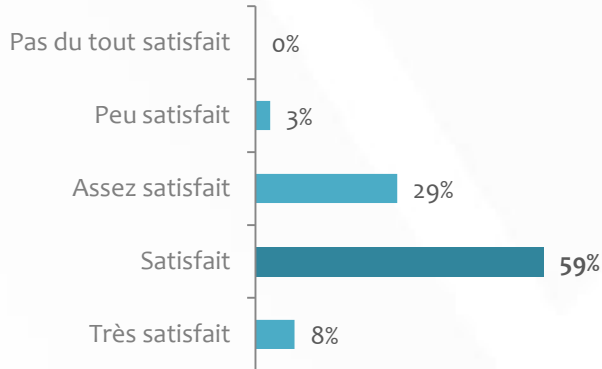
Dépenses totales à l'intérieur du Maroc (en milliards de Dh)	1,5
Dépense moyenne par nuit et par personne (en Dh)	701

Les dépenses totales des touristes allemands à l'intérieur du Maroc sont de 1,5 Milliards de dirhams à fin décembre 2016, soit une baisse de 21% par rapport à la même période en 2015 (1.9 Milliards de dirhams). Dans le même sens, la dépense moyenne par personne par nuit passée a baissé passant de 818 DH en 2015 à 701 dhs en 2016.



## Enquête de satisfaction

## Appréciation globale du séjour au Maroc



67% des touristes allemands déclarent être satisfaits à très satisfaits de leur expérience au Maroc. En effet 85% des touristes se sentent en sécurité au Maroc. 76% sont satisfaits de la diversité des offres et du rapport avec la population. 75% et 74% sont satisfaits de la signalisation des sites et de l'accueil et amabilité au niveau des structures d'hébergement respectivement.

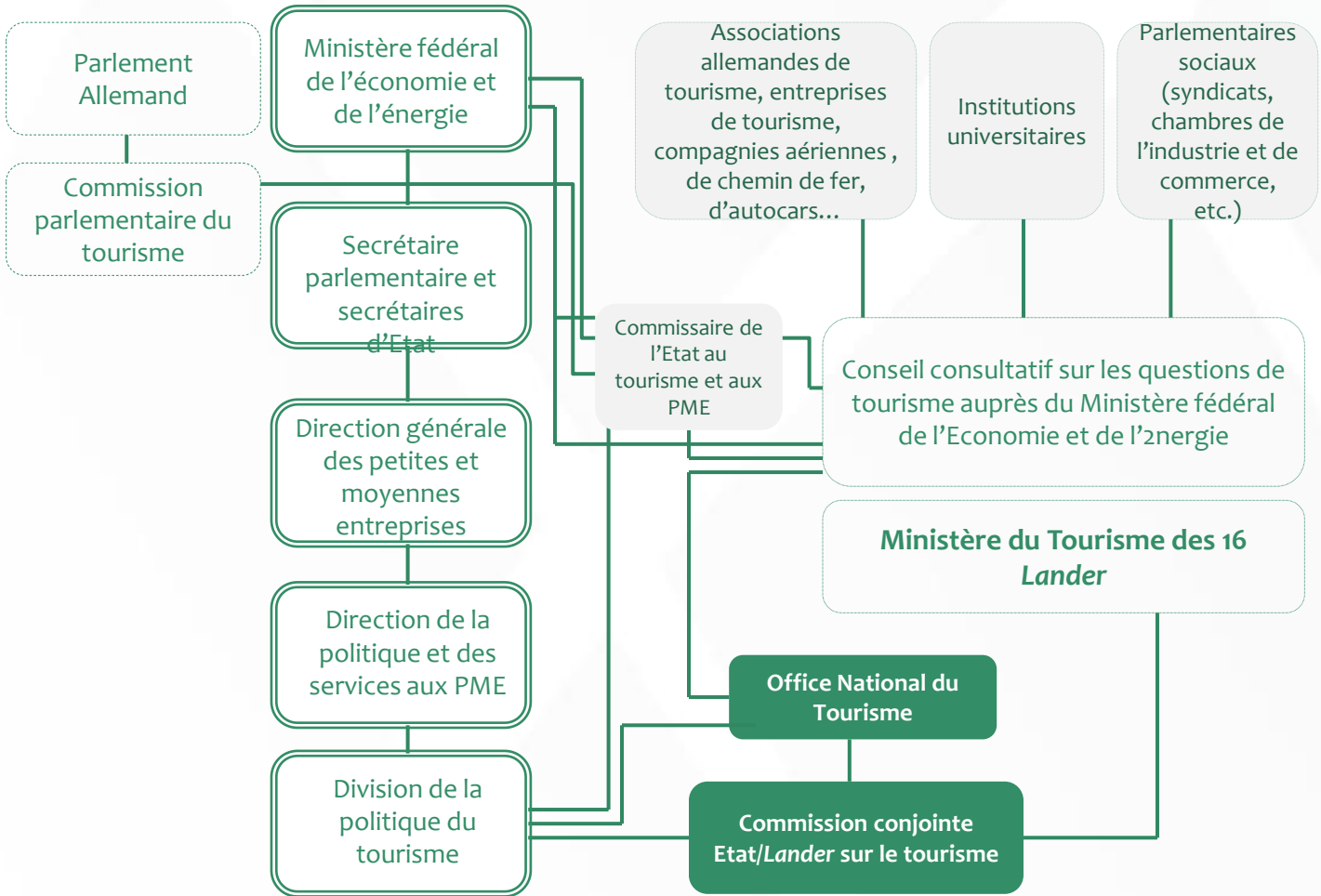
## Taux de satisfaction des services touristiques

Transports au Maroc	
Taxis	53%
Transports publics urbains	58%
Information touristique	
Documentation	65%
Signalisation des sites	75%
Sécurité	
Sentiment des sécurité	85%
Hébergement	
Confort	70%
Accueil et service	74%
Rapport qualité/prix	69%
Marchands dans les bazars / Souks	
Qualité des service	74%
Rapport qualité/prix	72%
Loisirs et animation	
Diversité de l'offre	76%
Qualité de l'offre	74%
Autre	
Rapport avec la population	76%
Infrastructures publiques	73%





### Institutions publiques



### Professionnels du voyage

#### Agents commerciaux du tourisme

#### Tour-opérateurs:

Thomas Cook – FTI – Rewe Touristik – TUI – Der Touristik - ADAC Reisen – Blue Planet – Eurabia Tours – Marco Polo – Galca Golden Tours – Alpha Touristik – Bouhou Tours – Karavan Serail – MTA – 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

The block displays logos for several professional associations: **DTV Deutscher Tourismusverband e.V.** (German Tourism Association), **Association du tourisme allemand** (German Tourism Association), **asr Allianz Selbständiger Reiseunternehmen – Bundesverband e.V.** (Alliance of Independent Travel Companies – Federal Association), **Alliance associative des agences de voyage** (Association of Travel Agencies), **WILLY SCHARNOW-STIFTUNG FÜR TOURISTIK** (Willy Scharnow Foundation for Tourism), **Fondation Willy Scharnow du tourisme** (Willy Scharnow Foundation for Tourism), **BITW Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V.** (Federal Association of the German Tourism Industry), **Fédération allemande de l'industrie touristique** (German Federation of the Tourism Industry), and **DRV Deutscher ReiseVerband** (German Travel Association), **Association allemande du voyage** (German Association of Travel).