



FICHE MARCHÉ CHINE 2018

Des chiffres et du sens



OBSERVATOIRE DU TOURISME
M A R O C



Données

- **Superficie:** 9 596 960 Km²
- **Capitale:** Pékin
- **Localisation et frontières:** La République populaire de Chine est un pays d'Asie orientale possédant une façade maritime de 14 500 km et des frontières terrestres avec 14 pays . Elle est bordée, au nord, par la Russie et la Mongolie; au nord-est, par la Russie et la Corée du Nord; à l'est, par la mer Jaune et la mer de Chine orientale; au sud, par la mer de Chine méridionale, le Vietnam, le Laos, la Birmanie, l'Inde, le Bhoutan et le Népal; à l'ouest, par le Pakistan, l'Afghanistan et le Tadjikistan; au nord-ouest, par le Kirghizistan et le Kazakhstan.

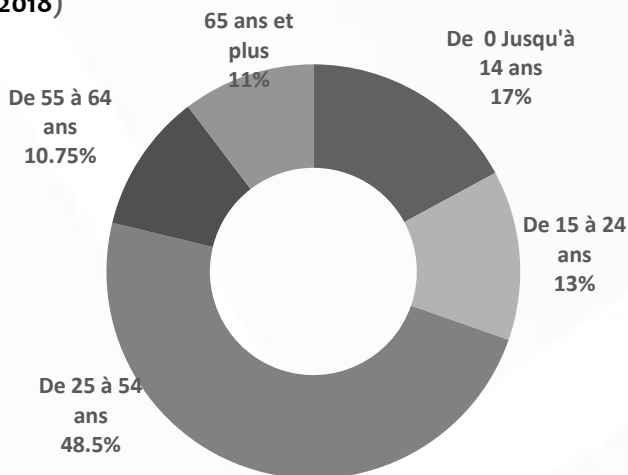
Principales villes



Données sociologiques

- **Population totale (2018):** 1.379.302.771 d'habitants
- **La Chine comprend :**
 - ✓ 23 provinces.
 - ✓ 5 régions autonomes (Mongolie intérieure, Zhuang de Guangxi, Tibet, Hui du Ningxia, ouïgoure du Xinjiang).
 - ✓ 4 municipalités (Beijing, Chongqing, Tianjin, Shanghai).
 - ✓ 2 régions administratives spéciales (Hong Kong et Macao).

Répartition de la population par tranches d'âges (2018)



Données économiques

Croissance du PIB (2017)	6.9%
Taux d'inflation (2016)	2%
Taux de chômage (2017)	4,6 %

Contexte économique

La Chine est devenue la deuxième puissance économique mondiale (en PIB) en 2010, le premier exportateur mondial en 2011. Elle représente 30% de la croissance planétaire et reste la première puissance commerciale du globe.

L'économie chinoise est cependant confrontée à d'importants défis: des dépenses publiques fortement accrues dans les infrastructures, et le boom du marché immobilier à l'unisson d'une envolée des prix dans les grandes villes.

Malgré la chute de la demande mondiale, la croissance chinoise ralentit **mais reste solide.**



Constats et tendances

- Le nombre de touristes chinois à l'étranger a atteint 135 millions en 2016, soit une hausse de 6% en glissement annuel.
- Les dépenses en tourisme émetteur ont augmenté de 11 milliards USD en 2016, soit 261 milliards USD, une augmentation de 12% par rapport à l'année précédente.
- Les destinations de proximité demeurent les destinations les plus visitées par les chinois; En 2016, il y avait environ 8,77 millions de touristes chinois en Thaïlande, soit une augmentation de 45% par rapport à 2015. Le nombre des touristes en Corée du Sud s'est élevé à 8,04 millions et à 6,0 millions au Japon.
- Selon les statistiques de l'Administration nationale du tourisme Chinoise, le nombre total de voyages à l'étranger à partir de la Chine a atteint 62,03 millions, au cours du premier semestre 2017, soit une augmentation de 5% par rapport à la même période 2016.

Zoom sur le tourisme émetteur en Chine

L'émergence de nouvelles destinations

- Au cours du premier trimestre 2017, la plupart des destinations visitées par les touristes chinois, ont connu de fortes augmentations, doublant dans certains cas le nombre des arrivées, notamment dans la région méditerranéenne (Israël, Maroc, Tunisie).



Montée du tourisme de croisières

- Le marché des croisières a accueilli près d'un million de passagers chinois en 2015 (une augmentation de 40% en glissement annuel). Il est estimé que le total annuel atteindra 4,5 millions en 2020.



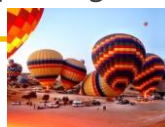
Nouveaux segments

- Des expériences telles que le self-drive et le golf sont devenues des segments de niche populaires ces dernières années, mais ils restent relativement petits par rapport au marché traditionnel des loisirs.



Nouveau mode de dépenses

- Les dépenses des touristes chinois en shopping ont diminué, pendant que leurs dépenses en divertissement culturel et physique a augmenté (de 83,6%) durant la période allant de Janvier à Avril 2017.



Lieux de préférence

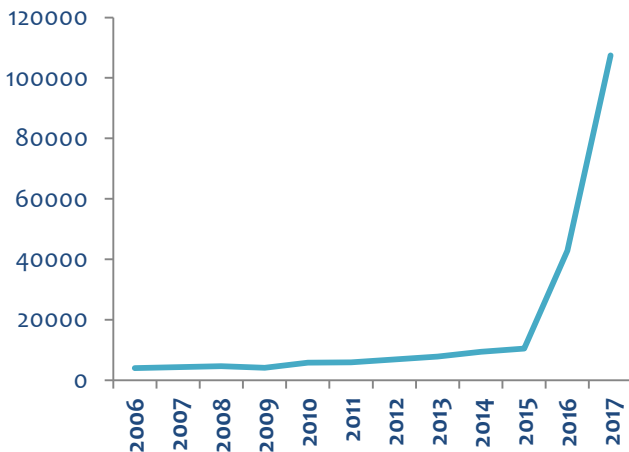
- Les touristes chinois préfèrent visiter des bâtiments/ lieux historiques, parcs et jardins et faire du shopping. Les plus jeunes s'intéressent davantage au patrimoine culturel immatériel.



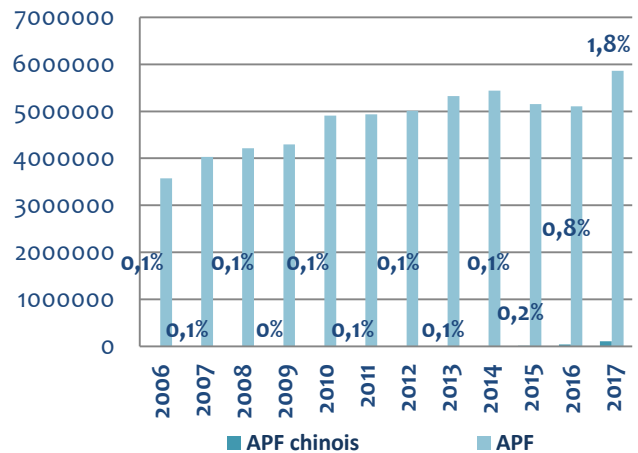


Fréquentation touristique - 2017

Évolution des arrivées chinoises aux postes frontières (2006- 2017)

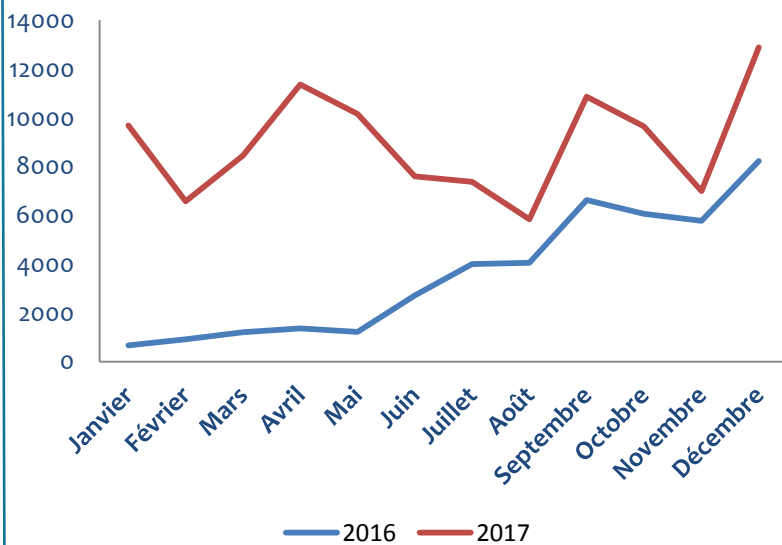


Évolution des arrivées des TES aux postes frontières (2006- 2017)



Sur les dix dernières années (2006-2017), le nombre de touristes chinois a augmenté en passant de 4 374 en 2007 à 107 434 en 2017, avec un taux de croissance annuel moyen (TCAM) de 38%. A partir de 2015, les arrivées ont connu une hausse exceptionnelle, avec une croissance de 307% en 2016 et 151% en 2017 en glissement annuel. Par ailleurs, les arrivées chinoises représentent 2% des arrivées des TES en 2017.

Variation saisonnière des arrivées chinoises - 2017



Les arrivées chinoises ont connu des fluctuations tout au long de l'année 2017, enregistrant un pic durant le mois de Décembre.

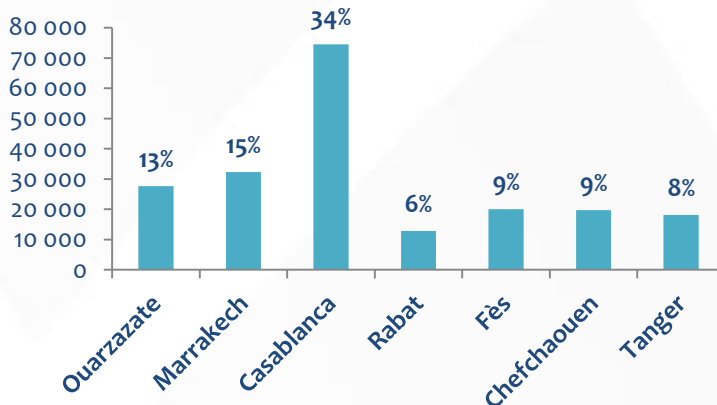
Les fêtes chinoises (fête de la mi-automne, en septembre, nouvel an chinois, fête de Qīng Míng en Avril..), influencent la saisonnalité des voyages des touristes chinois.



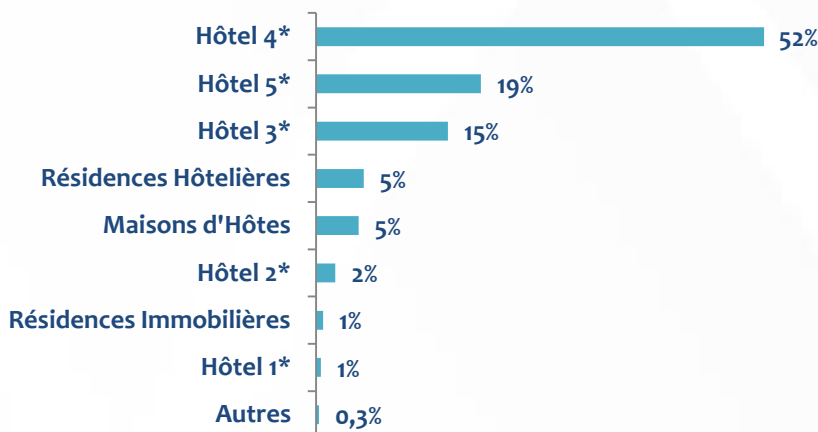
Féquentation touristique – 2017

Ventilation des nuitées par destination-2017

La ville de Casablanca demeure la destination privilégiée des touristes chinois, avec 34% du total des nuitées passées au Maroc.



Ventilation des nuitées chinoises dans les EHTC



Les touristes chinois ont principalement opté pour les hôtels comme mode d'hébergement. Ils ont passé 52% des nuitées dans des hôtels 4 étoiles, 19% dans des hôtels 5 étoiles et 15% dans des hôtels 3 étoiles.

Durées moyennes de séjour par destination

	Ouarzazate	Marrakech	Casablanca	Rabat	Fès	Chefchaouen	Tanger
2017	1,3	1,7	1,5	1,3	1,5	1,2	1,5

Durant l'année 2017, la durée moyenne de séjour par destination des touristes chinois dans les EHTC au Maroc a été de 1.4 jour.

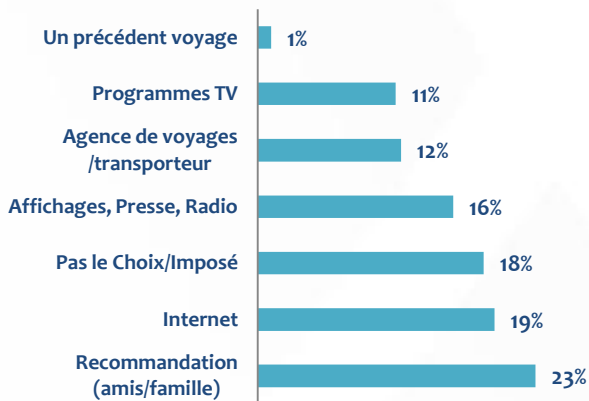
La ville de Marrakech vient en tête de liste avec une durée moyenne de séjour de 1.7 jour.



Les données fournies dans cette partie sont issues des enquêtes de « Suivi de la Demande Touristique » (SDT), réalisées jusqu'au 3ème trimestre 2017 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.

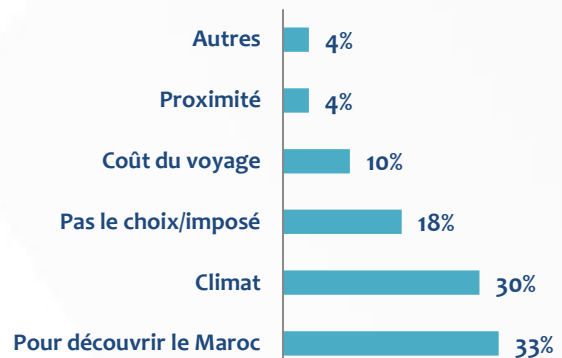
Organisation du voyage

Sources d'information



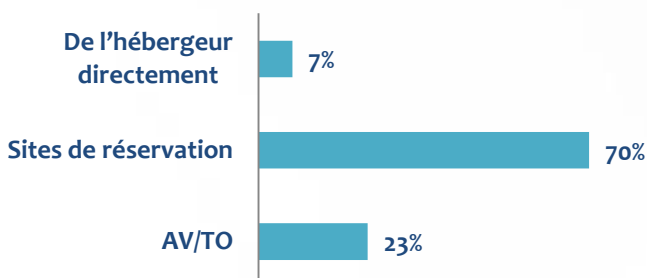
23% des chinois viennent au Maroc suite à une recommandation de leurs proches (amis/famille). 19% d'entre eux se réfèrent à l'internet.

Motifs du choix du Maroc



Les principales motivations qui favorisent le choix du Maroc comme principale destination pour le voyage chez les chinois sont le désir de découverte d'une part et le climat d'autre part.

Mode d'organisation du voyage

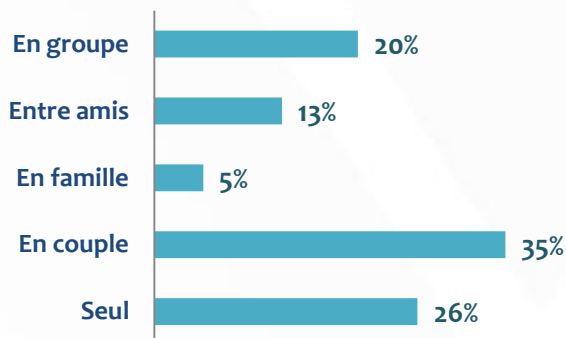


70% des touristes chinois ont effectué une réservation à travers un site de réservation et 23% auprès d'une agence de voyage/tour opérateur.



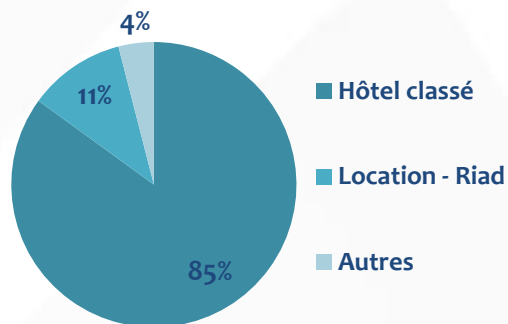
Habitudes du voyage

Structure des groupes



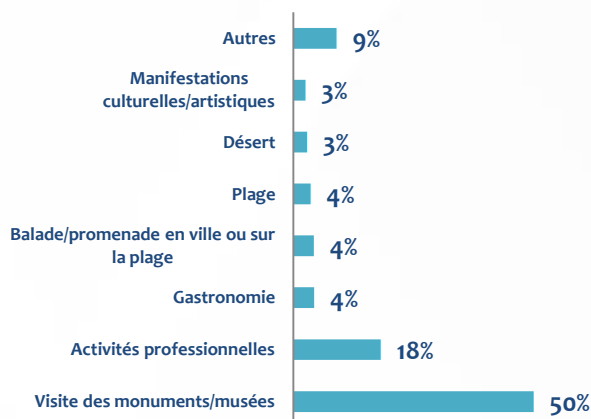
Majoritairement, les touristes chinois viennent au Maroc en couple (35%) ou seuls (26%).

Lieu d'hébergement



La majorité des chinois (85%) ayant visité le Royaume ont passé leur séjour dans des hôtels classés.

Activités pratiquées



Durant leurs séjours au Maroc, les chinois préfèrent visiter les monuments et musées (50%).

Dépenses totales et journalières

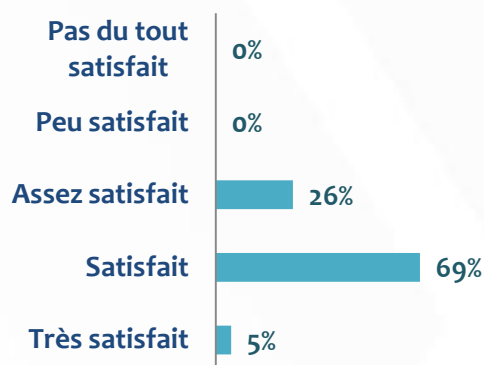
Dépenses totales à l'intérieur du Maroc (en million de DH)	264
Dépense moyenne par nuit et par personne (en DH)	867

Les dépenses totales des touristes chinois à l'intérieur du Maroc se sont élevées à 264 Millions de dhs. La dépense moyenne par nuit et par touriste chinois a atteint 867 dhs.



Enquête de satisfaction

Appréciation globale du séjour au Maroc



74% des touristes chinois déclarent être satisfaits à très satisfaits de leur expérience au Maroc.

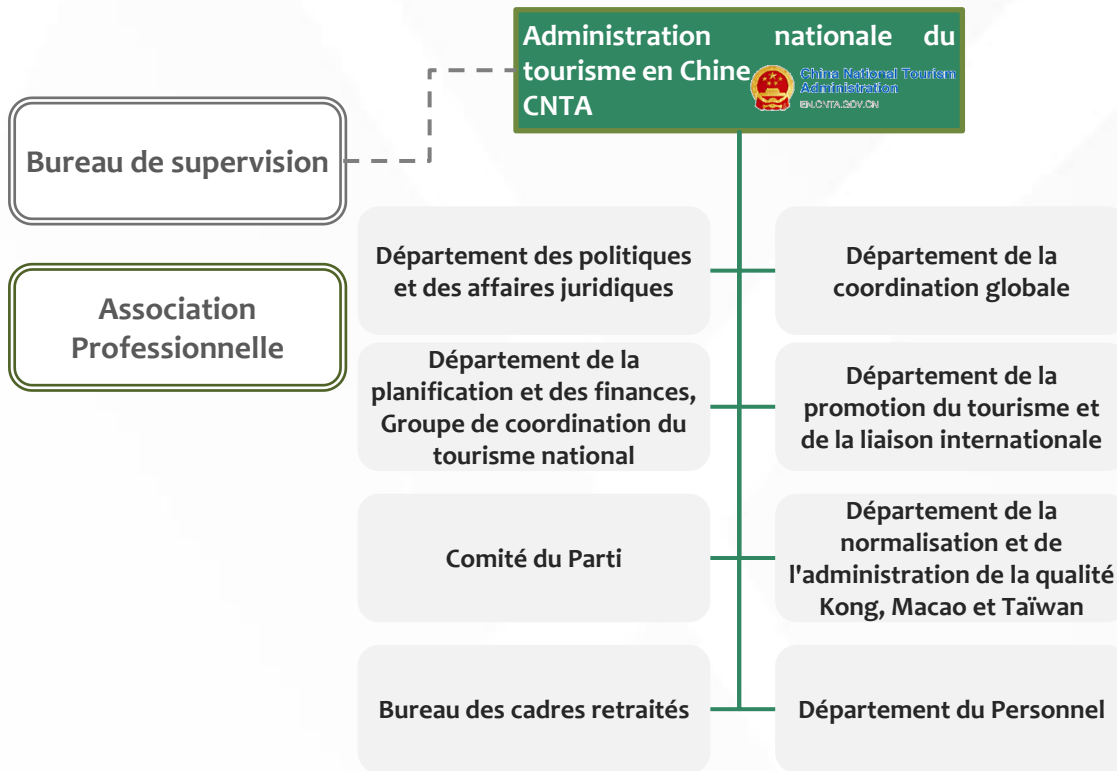
En effet 71% des touristes sont satisfaits à très satisfaits de l'accueil et du service au niveau des structures d'hébergements et 70% sont aussi satisfaits à très satisfaits de la diversité de l'offre des loisirs et animations.

Taux de satisfaction des services touristiques

Transports au Maroc	
Taxis :	50%
Infrastructures Publiques	63%
Information touristique	
Documentation :	69%
Signalisation des sites :	57%
Hébergement	
Confort :	59%
Accueil et service :	71%
Rapport qualité/prix :	67%
Loisirs et animation	
Diversité de l'offre:	70%
Qualité de l'offre :	53%



Institutions publiques



Organisme subordonné

Professionnels du voyage

Agents commerciaux du tourisme

Agences de voyages et Tour-opérateurs:
 China International Travel Service- China Travel International- China CYTS Outbound Travel Service-
 BTG International Travel and Tours- Beijing U-Tour International Travel Service co., Ltd-
 Shanghai Spring Tour Travel agency- Guangzhou COZL Travel Agency Shenzhou Nice Tour Travel Agency-
 Beijing UTS International Travel Service- Xi'an Tianma International Travel Service-China International Travel Service-
 Shanghai Airlines International Travel Service-Hangzhou Overseas Travel Company-Tang Dynasty Travel

Source Administration nationale du tourisme en Chine
<http://en.cnta.gov.cn/aboutcnta>

Associations professionnelles



Association chinoise des services de voyage



Association des hôtels touristiques en Chine



Association chinoise de tourisme automobile et de croisière

Association chinoise des revues touristiques



Association chinoise du tourisme