



FICHE MARCHE France 2019

Des chiffres et du sens



OBSERVATOIRE DU TOURISME
M A R O C



p.1



Données générales

p.2



Chiffres clés des voyages des français

p.3



Caractéristiques du marché français au Maroc

p.9



Principaux acteurs du tourisme





Données géographiques

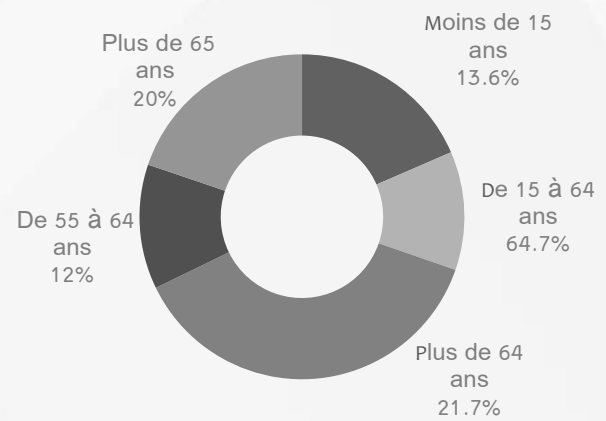


Capitale : Paris

Superficie : 643.801 Km² (551.500 Km² France métropolitaine).

Population (2018) : 67,4 Millions

Structure de la population (2018) :



La population urbaine représente 80,4% de la population totale.

La France est subdivisée en 96 départements métropolitains et 5 départements d'outre-mer.

Localisation et frontières : Etat occidentale baigné à l'ouest par l'océan Atlantique et au sud par la méditerranée, la France est limitée au sud par l'Espagne, au sud-est par l'Italie, à l'est par la Suisse, l'Allemagne et le Luxembourg, au nord par la Belgique. Elle partage 646 km de frontières terrestres avec l'Espagne, 556 km avec la Belgique, 525 km avec la suisse, 476 km avec l'Italie, 418 km avec l'Allemagne, 69 km avec Luxembourg, 55 km avec Andorre et 6 km avec Monaco.

Données économiques

1.7%
Croissance du PIB
(2018)

41 463,6
PIB / Capita
(2018 en USD)

1.9%
Taux d'inflation
(2018)

9.2%
Taux de chômage
(2018)

Selon le FMI : «La croissance française a ralenti, mais elle reste résiliente et riche en emplois, en partie grâce aux réformes importantes qui ont été mises en œuvre ces dernières années sur le marché de l'emploi et en matière de fiscalité. Toutefois, les risques extérieurs ont augmenté, et les problèmes structurels persistent : une dette publique et privée élevée, un chômage structurel encore élevé, une croissance atone de la productivité, et des inégalités d'opportunité. En s'appuyant sur l'agenda du gouvernement, les réformes doivent continuer de s'attaquer à ces enjeux de long terme et de renforcer la résilience aux chocs. Un consensus social autour des réformes prioritaires est essentiel pour en assurer le succès, au profit de tous les citoyens et des générations futures. »



Chiffres clés des voyages des français

Caractéristiques du tourisme émetteur



60 millions d'internautes, **38 millions** d'utilisateurs actifs sur les réseaux sociaux. Les utilisateurs veulent entrer directement en contact avec les marques via les plateformes sociales. YouTube, Facebook et Messenger sont les médias sociaux les plus actifs



La quête de la bonne affaire est un critère auquel le voyageur français est, plus que d'autres, sensible. Un Français sur trois est d'ailleurs prêt à changer sa destination s'il trouve un vol moins cher. Le transport figure donc en tête des préoccupations lors de la réservation d'un séjour : **28%** des français commencent par réserver le transport avant de s'occuper de l'hébergement ou des activités.



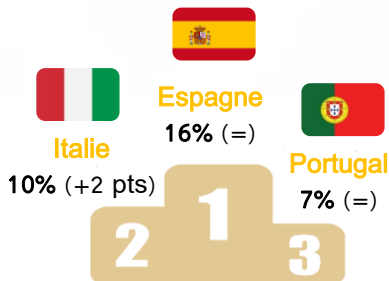
L'expérience culturelle (**36%**) est un facteur plus important que la météo (**27%**) pour le voyageur français.



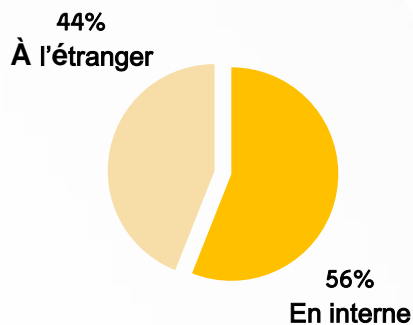
Les français privilégient la gastronomie aux activités, ils sont **75%** à effectuer des recherches au préalable et **29 %** réservent à l'avance, pour la tranquillité d'esprit.

Tendances de voyages

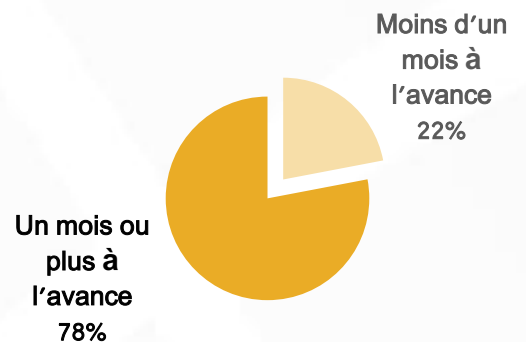
Podium des destinations étrangères



Voyages des français



Anticipation de la réservation/du paiement d'un voyage



Préférences pour les vacances d'été



Campagne
24%



Montagne
23%



Découverte de nouveaux endroits
21%



Vacances en ville
15%



Anticipation de la réservation/du paiement d'un voyage

2 201 € (+10 %)
Par personne et par voyage

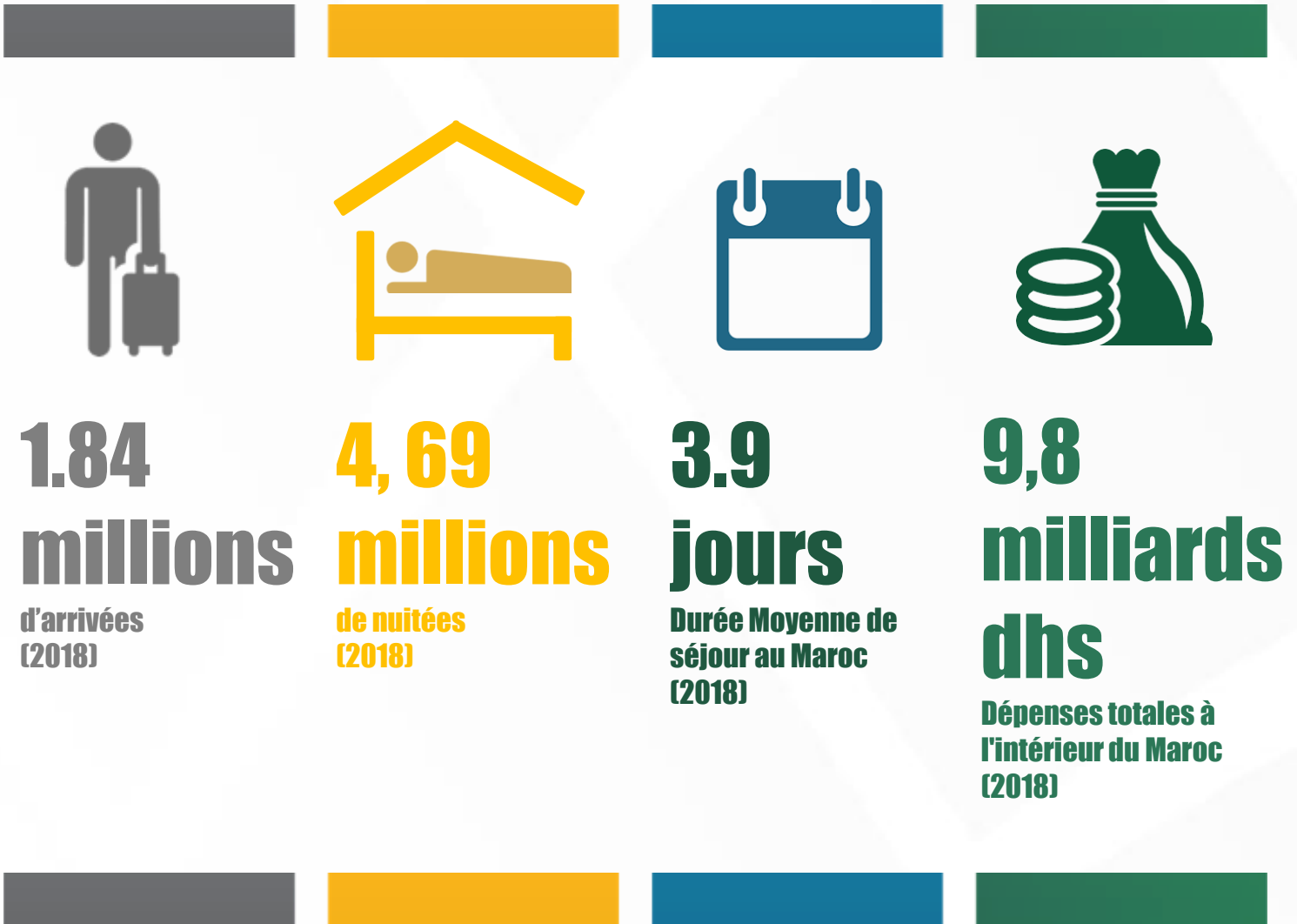


Durée moyenne de séjour à l'étranger

14 jours

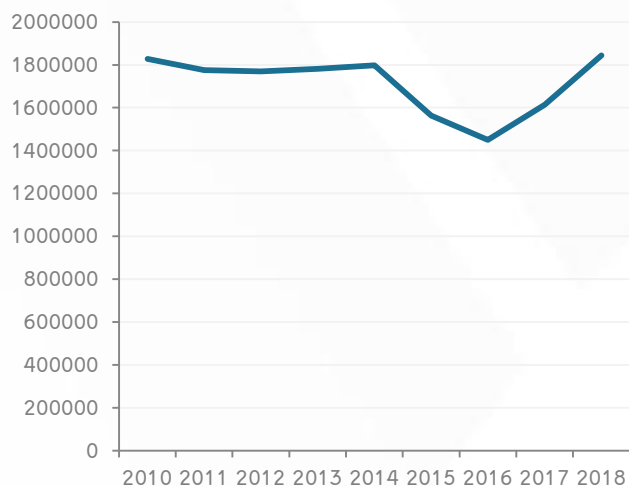


Le touriste français au Maroc

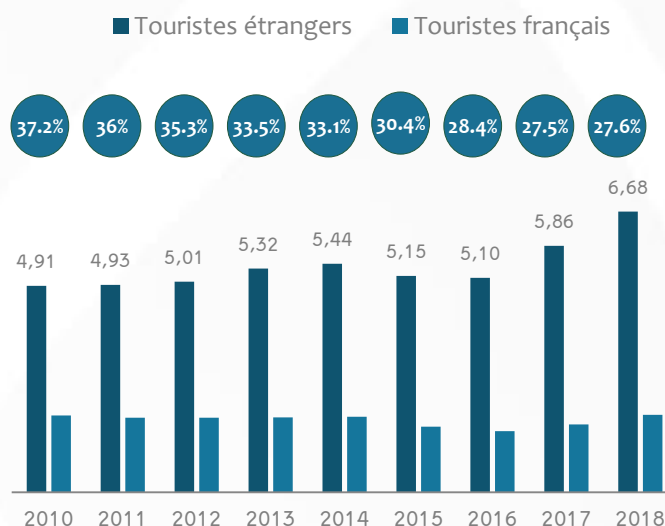


Fréquentation touristique au Maroc

Évolution des arrivées en provenance du marché français aux postes frontières (2010-2018)



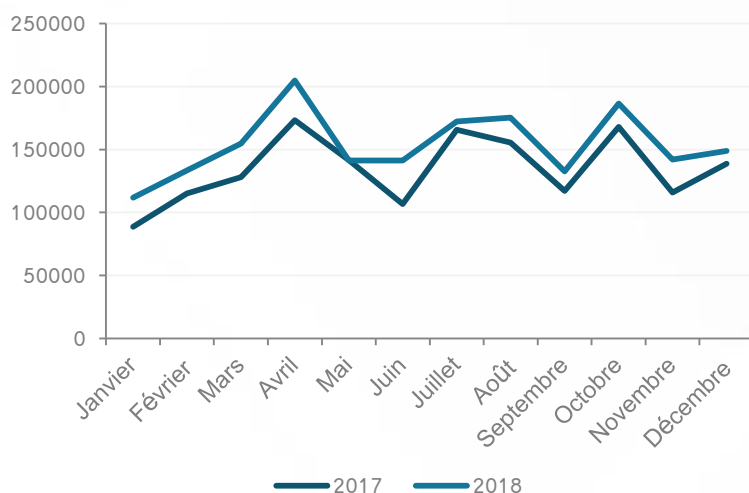
Évolution et part des arrivées des TES aux postes frontières en million (2010-2018)



Le nombre de touristes français a connu une tendance à la baisse entre 2010 et 2016. Une franche reprise a été observée depuis 2017, enregistrant ainsi 1.84 millions d'arrivées en 2018, avec un taux de croissance annuel moyen (TCAM) de 0.1% sur la période 2010-2018.

En 2018, les arrivées des français ont connu une croissance annuelle de +14% comparée à 2017, et ont représenté 27.6% du total des touristes étrangers.

Variation saisonnière des arrivées des français



Entre 2018 et 2017, la variation saisonnière des arrivées provenant du marché français est presque identique.

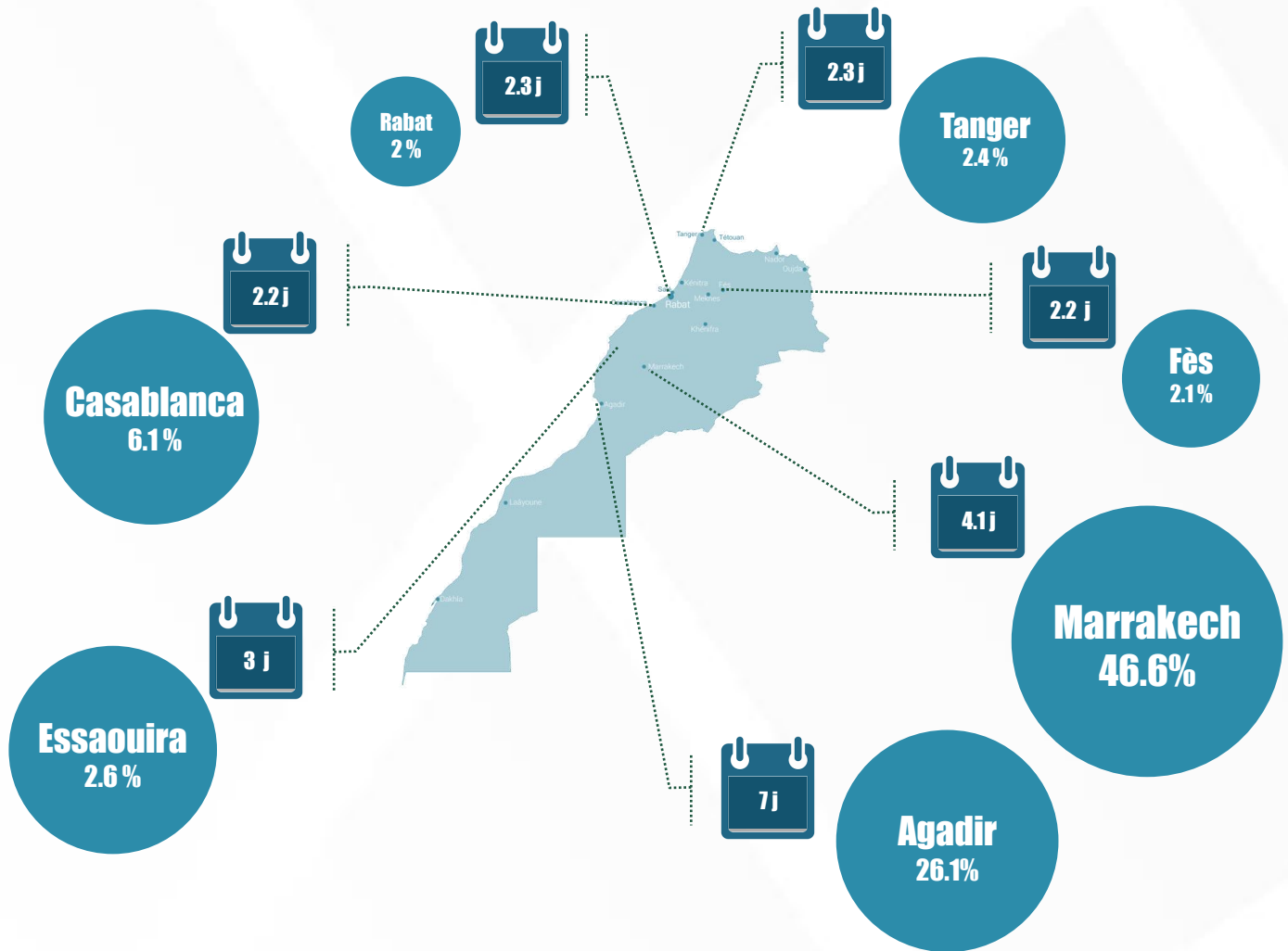
Les deux pics enregistrés durant les mois de Avril et Octobre de l'année 2018 correspondent aux périodes de vacances en France, notamment les vacances de printemps et les vacances de la Toussaint.



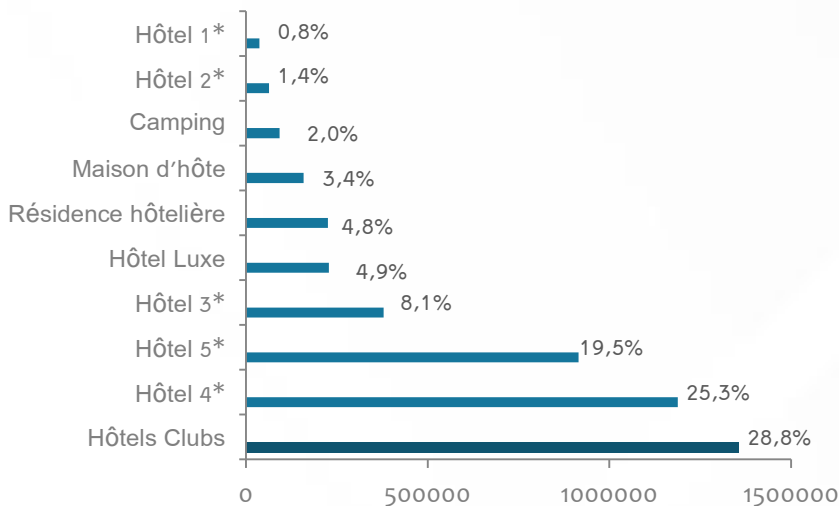
Caractéristique du marché français au Maroc

Fréquentation touristique au Maroc

Ventilation des nuitées et durée moyenne de séjour au niveau des principales destinations fréquentées



Ventilation des nuitées du marché français dans les EHTC – 2018



Les français optent majoritairement pour l'hôtellerie avec une préférence (28.8%) pour les Hôtels clubs.

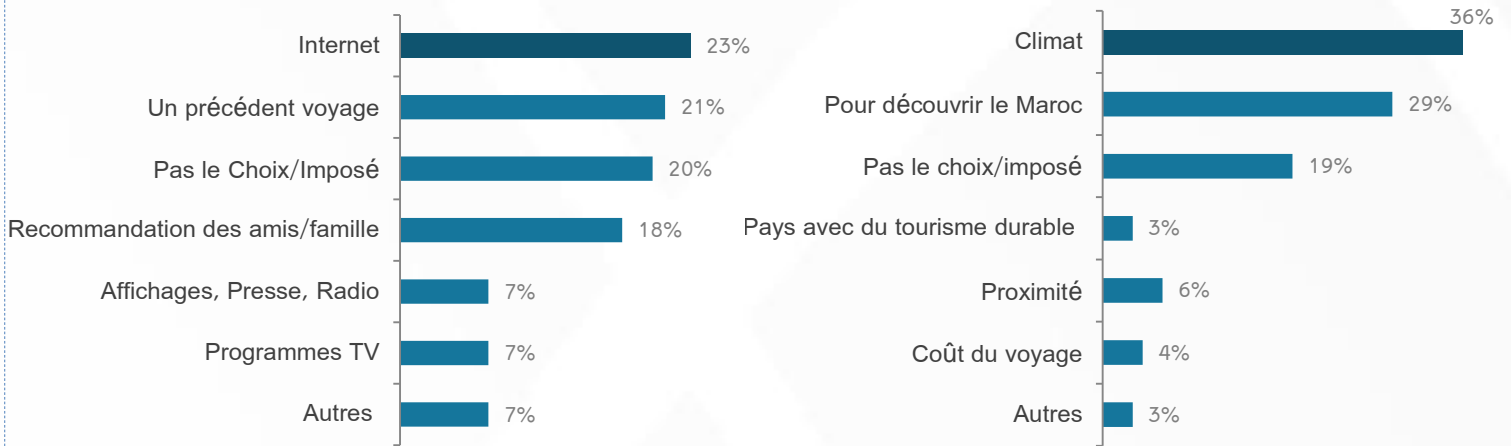


Caractéristique du marché français au Maroc

Les données fournies dans cette partie sont issues des résultats jusqu'à fin décembre 2017 des enquêtes de «Suivi de la Demande Touristique» (SDT) réalisées auprès des différentes catégories de touristes (TES et MRE).

Ces enquêtes sont menées 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, leurs motivations, leurs lieux de séjours, les hébergements fréquentés et les dépenses effectuées.

Organisation du voyage



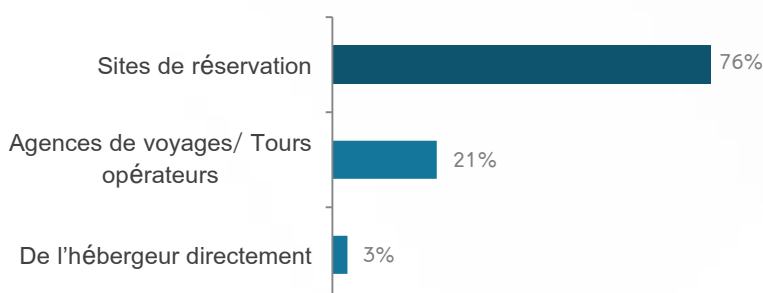
Sources d'information

23% des français viennent au Maroc en s'informant sur le net, 21% d'entre eux s'inspirent d'un précédent voyage et 20% ne décident pas eux-mêmes sur la destination.

Motifs du choix du Maroc

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

Mode d'organisation du voyage

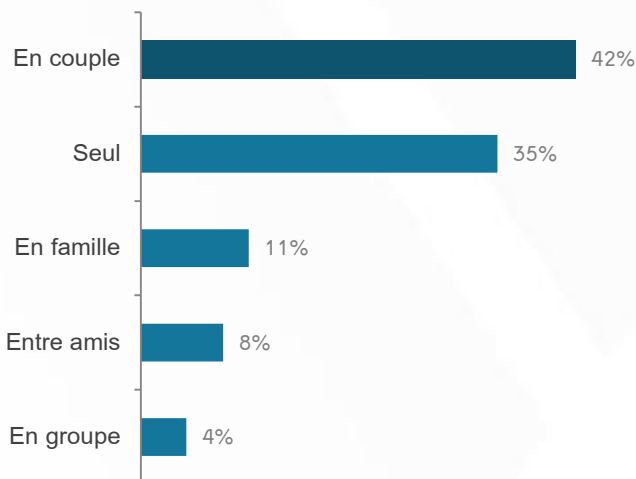


76% des touristes français ont organisé leur voyage au Maroc à travers un site de réservation et 21% seulement auprès d'une agence de voyage/ tour opérateur.

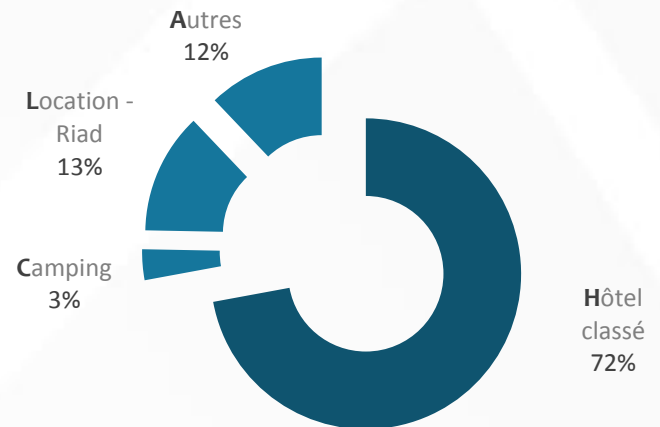


Caractéristique du marché français au Maroc

Habitudes de voyage

Structure des groupes

les touristes français sont nombreux à visiter le Maroc en couple (42%). Le pays attire également les voyageurs en solitaire (35%).

Lieu d'hébergement

La plupart des français (72%) ayant visité le Royaume ont passé leur séjour dans des hôtels classés.

Activités pratiquées

Durant leurs séjours au Maroc, les français ont tendance à effectuer un séjour culturel avec comme activité préférée la visite des monuments et musées (34%).

Dépenses totales et journalières

Dépenses totales à l'intérieur du Maroc (en milliards de DH)	9,8
Dépense moyenne par nuit et par personne (en DH)	813

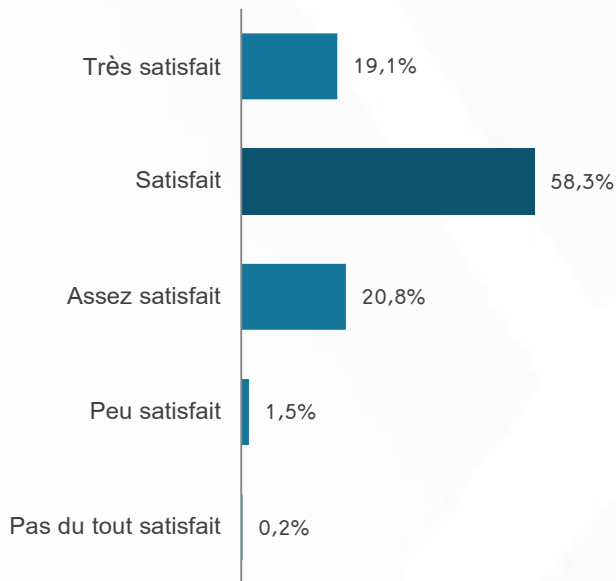
Les dépenses totales des touristes français à l'intérieur du Maroc étaient de 9,8 Milliards de dirhams à fin décembre 2017, soit une hausse de 8,89% par rapport à la même période en 2016 (9 Milliards de dirhams).

La dépense moyenne par personne et par nuit a augmenté, passant de 751 dhs en 2016 à 813 dhs en 2017.



Caractéristique du marché français au Maroc

Enquête de satisfaction

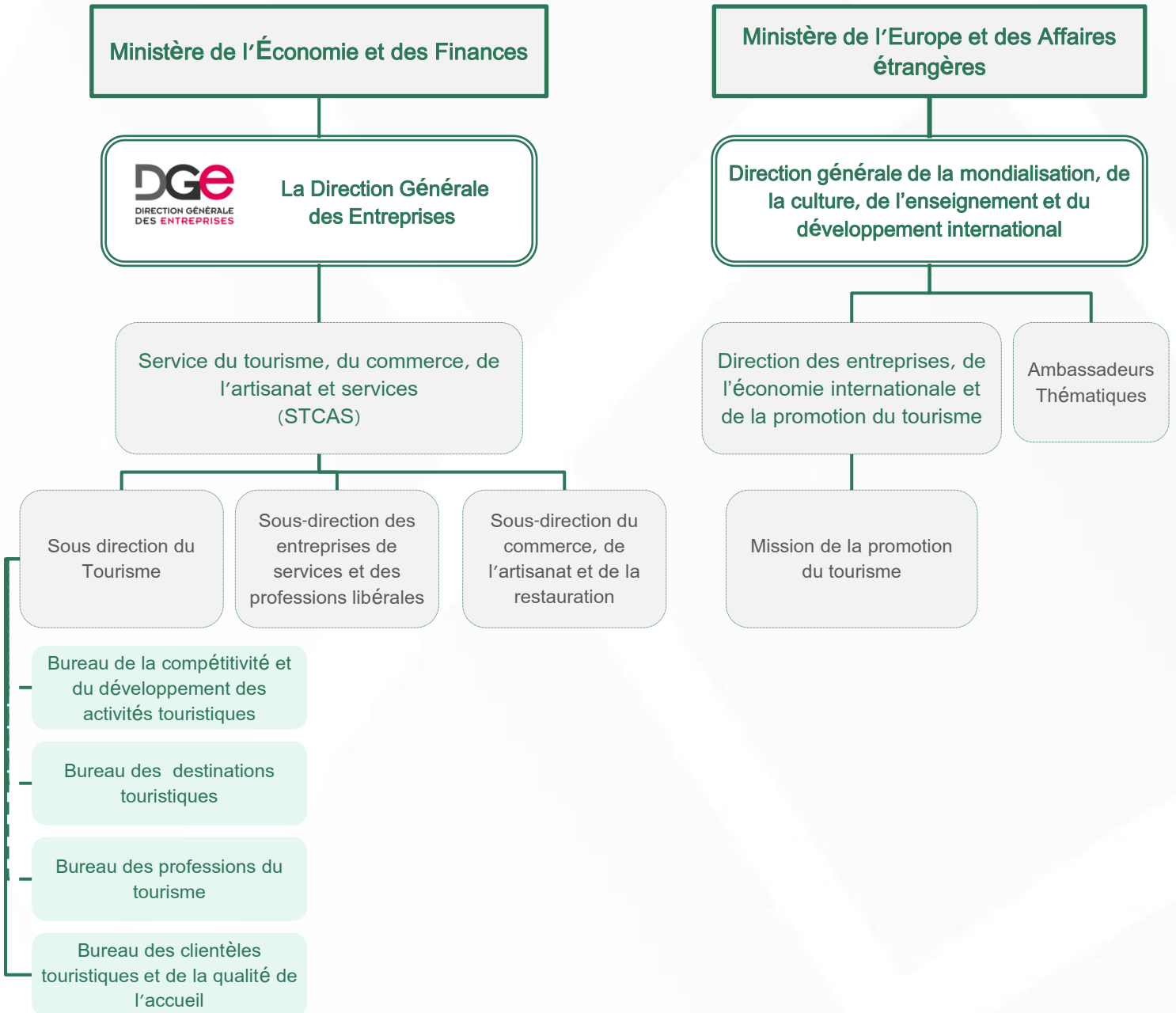
Appréciation globale du séjour au MarocTaux de satisfaction des services touristiques

Transports au Maroc	
Taxis	70,5 %
Transports publics urbains	80,3 %
Information touristique	
Documentation	76,5 %
Signalisation des sites	74,7 %
Loisirs et animation	
Diversité de l'offre	77,2 %
Qualité de l'offre	73,1 %

79,1% des touristes français déclarent être satisfaits à très satisfaits de leur expérience au Maroc. En effet, 80,3% sont satisfaits du service des transports urbains; 76,5% et 74,7% sont satisfaits de la documentation touristique et de la signalisation des sites respectivement; et 77,2% sont satisfaits de la diversité de l'offre des loisirs et de l'animation.



Institutions publiques





Professionnels du voyage

Agents commerciaux du tourisme

Agences de voyages et Tour-opérateurs:

Allibert, Atalante, ATR, Chamina Sylva, Comptoir des voyages, Grand Angle, La Balaguère, Les, Ateliers du Voyage, Nomade Aventure, Terres d'Aventure, Tirawa, Voyageurs du Monde , Amplitudes, Asia, Australie Tours, Austral Lagons, ATR - Agir pour un Tourisme responsable, Aventuria, Beachcomber Tours, Climats du Monde, Costa Croisières, Cercle des Vacances

Destination Découverte - Telligo - Cousins - ACTJ - Autrement loisirs & Voyages, Directours, Ecotour, Empreinte, Eurodisney Vacances, Flaneo, Fram, FTI, Go voyages/Odigeo, Heliades, Intermèdes, Jet Tours, Kuoni France, Lagrange, Vacances, Look Voyages, Luxair Tours...

Associations professionnelles

Fédérations professionnelles:

Fédération des Industries Nautiques- Fédération Française de Camping et de Caravaning- Fédération Française des Fêtes et Spectacles Historiques- Fédération Française des Stations Vertes de Vacances et des Villages de Neige- Fédération Française des techniciens et scientifiques du tourisme-Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air-Fédération Nationale des Associations Familiales des Maisons d'Accueil- Fédération Nationale des Gîtes de France-Fédération Nationale des Guides Interprètes – Fédération Nationale des Logis de France

Associations:

Association des Maisons Régionales à Paris-Association des Maîtres Cuisiniers de France-Association Française des Experts et Scientifiques du Tourisme-Association Nationale des Agences d'Evènements et de Tourisme d'Affaires- Association Nationale des Associations de Tourisme-Association Professionnelle de Solidarité du Tourisme -Association TRAME