



## Communiqué de presse

### L'Observatoire du Tourisme mesure la satisfaction client

Octobre 2013

L'enquête de satisfaction client menée par l'observatoire du tourisme au cours du 1er trimestre 2013 a révélé des résultats très encourageants.

En effet, sur les 2000 visiteurs étrangers interrogés dans les différents points d'entrées au Maroc, **75%** se sont dit "**satisfaits**" de l'**accueil** et de l'**amabilité** de la population. La **gastronomie** marocaine et la **diversité** de l'offre Maroc recueillent un taux de satisfaction respectivement de **74%** et de **73%**.

Les points faibles de la destination concernent particulièrement l'environnement touristiques, à savoir les infrastructures routières (12%), le transport urbain (8%), l'hygiène (5%).

Ainsi, la destination Maroc affiche un taux de satisfaction globale de 94% (12% très satisfaits, 41% satisfaits et 41 assez satisfaits) durant le premier trimestre 2013.

S'agissant de l'avantage concurrentiel, l'analyse fait ressortir que 96% des touristes interrogés affirment que leur voyage est plus satisfaisant ou aussi satisfaisant que d'autres destinations, et 4% seulement déclarent ne pas être satisfaits de l'offre Maroc. Les touristes britanniques arrivent en tête de liste des satisfaits (96%).

Quant au paramètre **Intention de retour**, **80%** des sondés déclarent leur **volonté de retourner** au Maroc avec un pic considérable de 91% pour les touristes italiens et 82% pour les français.

Par ailleurs, l'indice d'attractivité du Maroc, défini à partir d'une combinaison de la satisfaction globale, de l'intention de retour, de la recommandation des touristes, ainsi que de l'avantage concurrentiel par rapport à d'autres destinations, il s'élève, au cours du 1er trimestre de 2013, à 70 points (sur 100) et démontre que la destination Maroc bien qu'attrayante a encore une marge de progression, sachant que 30% des « meilleures » destinations mondiales réalisent un score moyen de 83 points.

Pour rappel, l'enquête initiée par l'Observatoire du Tourisme a pour objectif de saisir les perceptions des touristes étrangers de séjour (TES) et l'appréciation de leur satisfaction par rapport aux différents produits et services consommés durant leur séjour au Maroc. Elle permettra de dégager les actions à entreprendre pour améliorer l'offre marocaine et la rendre plus compétitive.