

ROYAUME DU MAROC



MINISTÈRE DU TOURISME, DU TRANSPORT AÉRIEN,
DE L'ARTISANAT ET DE L'ÉCONOMIE SOCIALE
SÉCRÉTARIAT D'ÉTAT CHARGÉ DE L'ARTISANAT
ET DE L'ÉCONOMIE SOCIALE

ARTISANAT

Les Cahiers de Consommation de l'Artisanat Marocain



ROYAUME DU MAROC



MINISTRE DU TOURISME, DU TRANSPORT AERIEN,
DE L'ARTISANAT ET DE L'ECONOMIE SOCIALE
SECRETARIAT D'ETAT CHARGE DE L'ARTISANAT
ET DE L'ECONOMIE SOCIALE

Les Cahiers de Consommation de l'Artisanat Marocain





SA MAJESTÉ LE ROI MOHAMMED VI, QUE DIEU L'ASSISTE

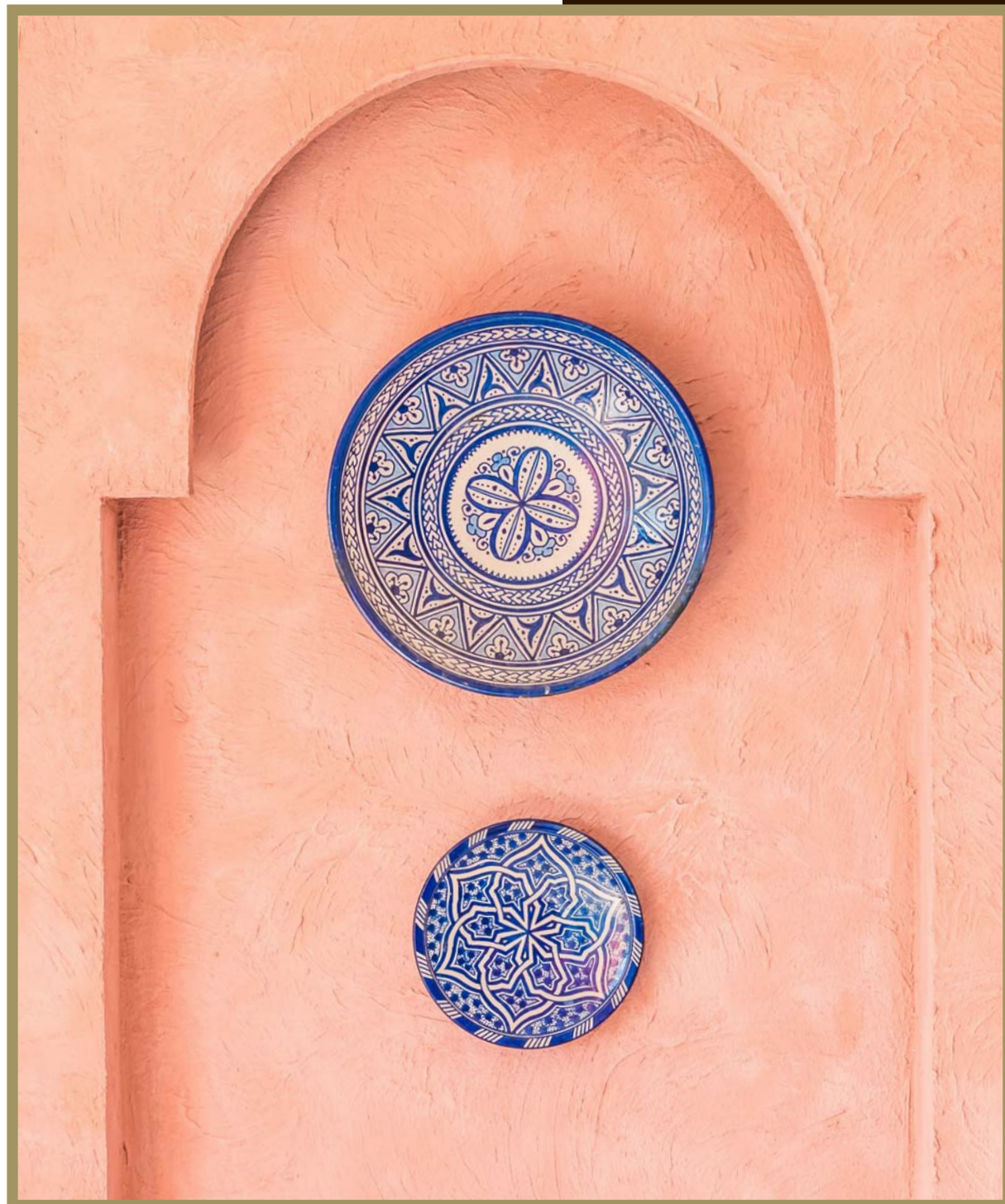


Sommaire

Présentation	09
Préambule	11
Cadre conceptuel	12
1 DÉPENSE GLOBALE EN PRODUITS ARTISANAUX	14
2 CONSOMMATION DES MÉNAGES RÉSIDENTS EN PRODUITS ARTISANAUX	19
2.1 Dépense selon les régions et le milieu de résidence	20
2.2 Répartition selon les branches de produits	28
2.3 Habitudes de consommation des ménages marocains	30
2.4 Motivations d'achat	34
2.5 Critères d'achat	34
2.6 Connaissance des produits de l'artisanat	35
2.7 Satisfaction des ménages vis-à-vis de l'artisanat	36
2.8 Dépense consacrée par les ménages au salon marocain	40
3 CONSOMMATION DES MAROCAINS RÉSIDANT À L'ETRANGER	43
3.1 Dépense des MRE selon les pays de résidence	44
3.2 Dépense des MRE selon les villes d'achat	45
3.3 Dépense des MRE selon les branches de produit	46
3.4 Habitudes de consommation des MRE	47
3.5 Motivations d'achat	49
3.6 Critères d'achat	50
3.7 Connaissance des produits de l'artisanat	50
3.8 Satisfaction des MRE vis-à-vis de l'artisanat	51

4 CONSOMMATION DES TOURISTES ÉTRANGERS	55
4.1 Dépense des touristes	56
4.2 Dépense des touristes selon les villes d'achat	58
4.3 Répartition de la dépense des touristes par branches de produits	59
4.4 Habitudes de consommation des touristes	60
4.5 Motivations d'achat	61
4.6 Critères d'achat	62
4.7 Connaissance des produits de l'artisanat	62
4.8 Satisfaction des touristes étrangers vis-à-vis de l'artisanat	63





Présentation

Le Ministère du Tourisme, du Transport Aérien, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale/ Secrétariat d'Etat chargé de l'Artisanat et de l'Economie Sociale a le plaisir de vous présenter la première édition des « les Cahiers de la Consommation de l'Artisanat Marocain » ; cette publication tant attendue, en raison notamment de sa consécration à un volet de l'artisanat non appréhendé auparavant qui est la Demande.

De par le vécu de tout un marocain, il n'existe aucun doute quant à l'omniprésence de l'artisanat marocain dans les pratiques quotidiennes. Qu'il s'agisse d'objets de décoration, de bijoux, d'objets utilitaires, de tapis ou encore de caftans et djellabas, ce sont là des articles dont aucun foyer marocain ne peut se passer.

Aussi, tout au long de la décennie de mise en œuvre de la stratégie de développement du secteur de l'Artisanat - Vision 2015, les enquêtes qui furent réalisées annuellement auprès des professionnels du secteur pour appréhender le volet offre, ont établi que le marché intérieur est le client favori de l'artisanat marocain.

Toutefois, l'exploration et la confirmation de ces données devait tout de même se faire en s'adressant, cette fois-ci, aux consommateurs eux-mêmes.

L'objectif de cette publication est donc de mettre la lumière sur les principales caractéristiques de la consommation d'ar-

tisanat, dont la dépense, les habitudes, l'usage, le taux de satisfaction tels qu'exprimés par les ménages résidents, les touristes étrangers et les Marocains résidents à l'étranger.

Ce qui ressort fortement à travers l'analyse des données de la demande, c'est qu'effectivement, les ménages résidents sont le consommateur par excellence du produit artisanal. Leur part dans la consommation globale atteint 64%, alors que les touristes réalisent une part de 22% et les MRE 14%.

Il se confirme également que le produit artisanal marocain est un gage de l'authenticité et de l'identité culturelle marocaine, qu'il soit consommé à l'intérieur du pays ou en dépassant les frontières du Royaume.

Cette publication, destinée aux professionnels et acteurs du secteur mais également au grand public, apportera sans nul doute, un nouvel éclairage sur l'artisanat marocain, à travers la panoplie d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs qu'elle présente sur la demande qui lui est adressée.

Les Cahiers de Consommation de l'Artisanat Marocain ont la vocation de s'inscrire dans la continuité, au rythme des études de consommation qui seront ultérieurement menées.

Bonne lecture.

L'équipe de rédaction

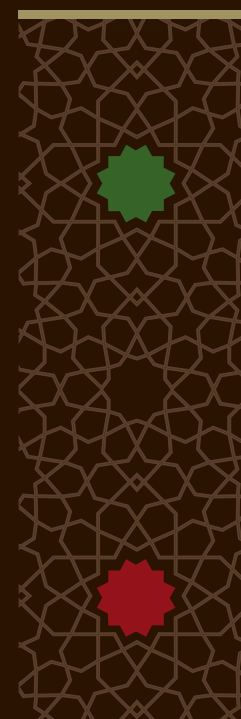


Préambule

Tout au long de la décennie de mise en œuvre de la stratégie de développement du secteur de l'Artisanat «Vision 2015», il a été démontré le fort potentiel de la demande en ce qui concerne les produits artisanaux. Mais au-delà de cette Vision, les perspectives nécessitent une meilleure compréhension du fonctionnement du marché. En effet, jusqu'à présent, les indicateurs stratégiques qui étaient calculés annuellement reflétaient l'état de l'Offre, or ceci ne peut être suffisant si l'on ne s'intéresse pas à l'autre composante du marché, à savoir la demande.

La dynamisation du marché passe par une meilleure connaissance du comportement économique des consommateurs, de leurs besoins, leurs usages et leurs habitudes vis-à-vis de l'offre des produits de l'Artisanat. En effet, il est important que les producteurs soient orientés dans leur activité par une veille économique sur l'évolution de la demande, son profil, ses lieux d'achat, sa satisfaction qualité, son attitude vis-à-vis des prix, des circuits de distribution... etc. Il est donc important de recueillir toutes ces informations requises pour le suivi du marché, comme c'est le cas pour tous les autres biens de consommation.

Les résultats qui seront présentés dans cette publication concernent l'estimation de la consommation nationale des produits de l'artisanat, de même qu'une synthèse d'une panoplie d'indicateurs qualitatifs relatifs aux principaux groupes de consommateurs à savoir, les ménages résidents, les Marocains Résidant à l'Etranger (MRE) et les touristes étrangers.



Cadre conceptuel

Les enquêtes ont été réalisées auprès des ménages résidents, des MRE et des touristes étrangers au cours de l'année 2016.

La consommation

Le concept de « consommation » tel qu'utilisé dans le cadre de ce travail correspond à la définition adoptée par le HCP pour appréhender la consommation des ménages marocains, à savoir qu'il s'agit des « dépenses de consommation finale des ménages recouvrant les dépenses qu'ils consacrent à l'acquisition des biens ou services qui sont utilisés pour la satisfaction directe de leurs besoins. »

- **La dépense moyenne :**

il s'agit de la dépense moyenne réalisée par les ménages, les MRE et les Touristes. Ce résultat est obtenu par l'exploitation des données collectées auprès des échantillons enquêtés.

- **La dépense totale :**

elle est obtenue par extrapolation des résultats de l'échantillon, à l'ensemble de la population mère.

Les populations enquêtées

L'estimation de la consommation nationale des produits de l'artisanat est calculée en consolidant les résultats de trois groupes cibles de consommateurs :

- **Les ménages :**

selon le HCP, est considérée comme membre du ménage, toute personne parente ou non, qui au moment de l'enquête, satisfait aux conditions suivantes :

1. Sa résidence principale est celle du ménage enquêté ;
2. Elle dépend économiquement du ménage, c'est-à-dire que les dépenses effectuées pour ses besoins alimentaires et non alimentaires vitaux sont communes avec celles du ménage.

Un membre du ménage peut être :

3. **Présent** : s'il se trouve dans sa résidence principale au moment de l'enquête.
4. **Temporairement absent** : s'il est absent de sa résidence principale pour une durée inférieure à six mois.

Les ménages dits collectifs selon la définition du RGPH ne font pas l'objet des enquêtes auprès des ménages ni de l'échantillon maître. Il s'agit des élèves et étudiants résidents dans les internats et les cités universitaires pour plus de six mois, les personnes hospitalisées ou vivant dans des centres collectifs pour plus de six mois, les détenus des maisons de corrections, etc.

- **Les Marocains Résidant à l'Étranger (MRE) :**

Cette population est constituée des personnes de nationalité marocaine mais dont les résidences principales sont à l'étranger et qui sont de passage au Maroc pour une durée inférieure ou égale à six mois (la définition de résidence est celle adoptée par le HCP pour le RGPH et les enquêtes auprès des ménages). Les unités appartenant à cette composante sont enquêtées dans les ports, aéroports et postes frontaliers terrestres au moment de leur retour vers les pays de résidence après leurs passages au Maroc.

- **Les Touristes étrangers :**

Toute personne de nationalité étrangère et qui n'a pas de nationalité marocaine qui passe au moins une nuit au Maroc. Les unités formant l'échantillon de cette composante sont interceptées et enquêtées au niveau des ports, aéroports et postes frontaliers terrestres, et ce à la fin de leur séjour au Maroc.

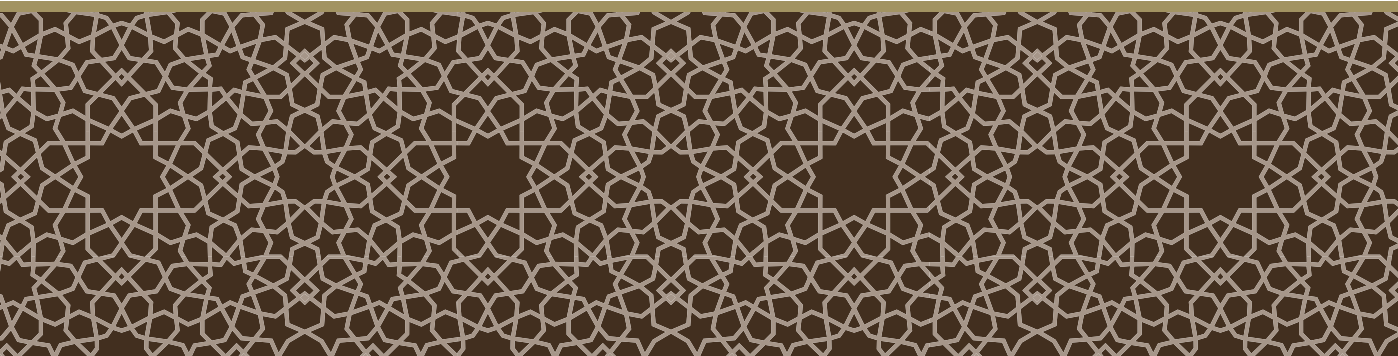
Les enquêtes ont été réalisées auprès des ménages résidents, des MRE et des touristes étrangers au cours de l'année 2016.



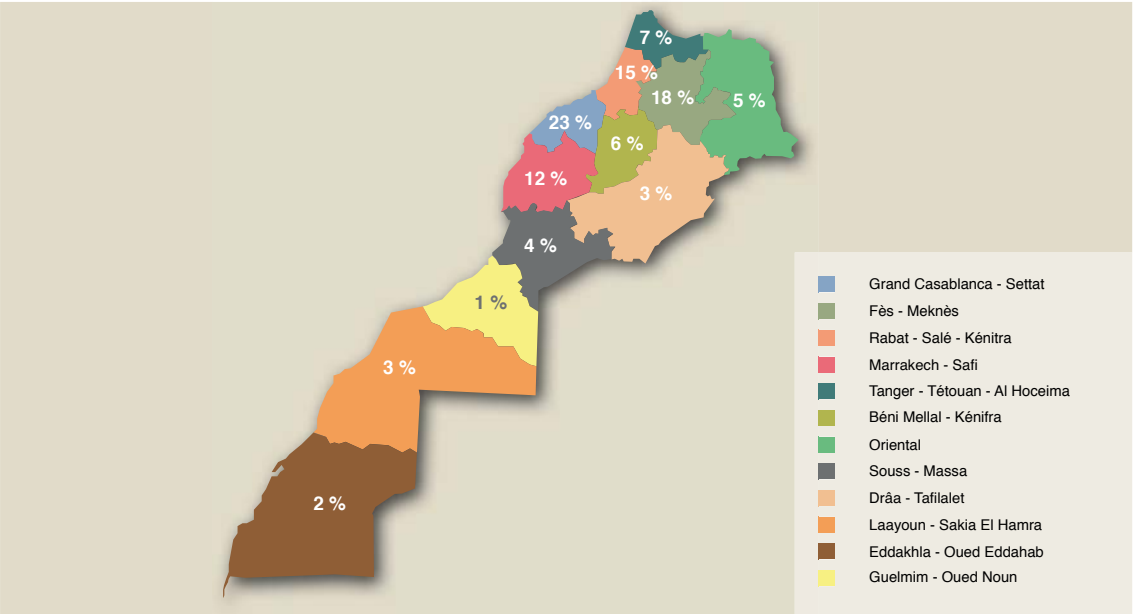
1 - Dépense globale en produits artisanaux

La dépense totale pour l'achat des produits de l'artisanat par les ménages, les MRE et les touristes étrangers est estimée à 26,72 Milliards de dirhams.

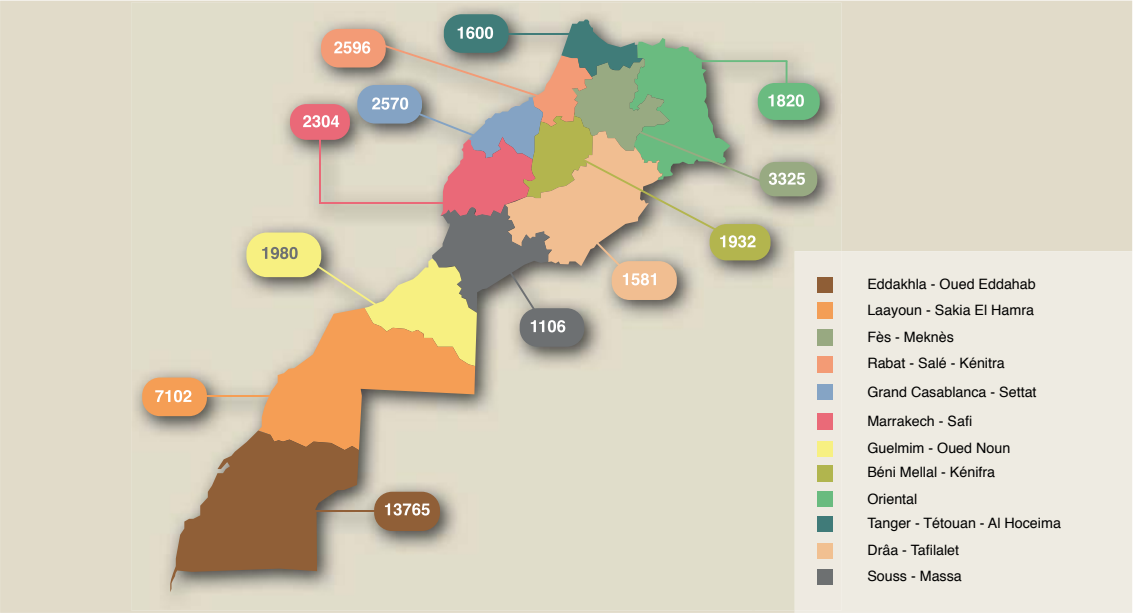
	Dépense totale (MMDH)	Part dans la dépense totale
MENAGES	17,1	64%
MRE	3,75	14%
TOURISTES	5,87	22%
Total	26,72	100%



Part de dépense des Ménages dans la dépense globale par Région en %

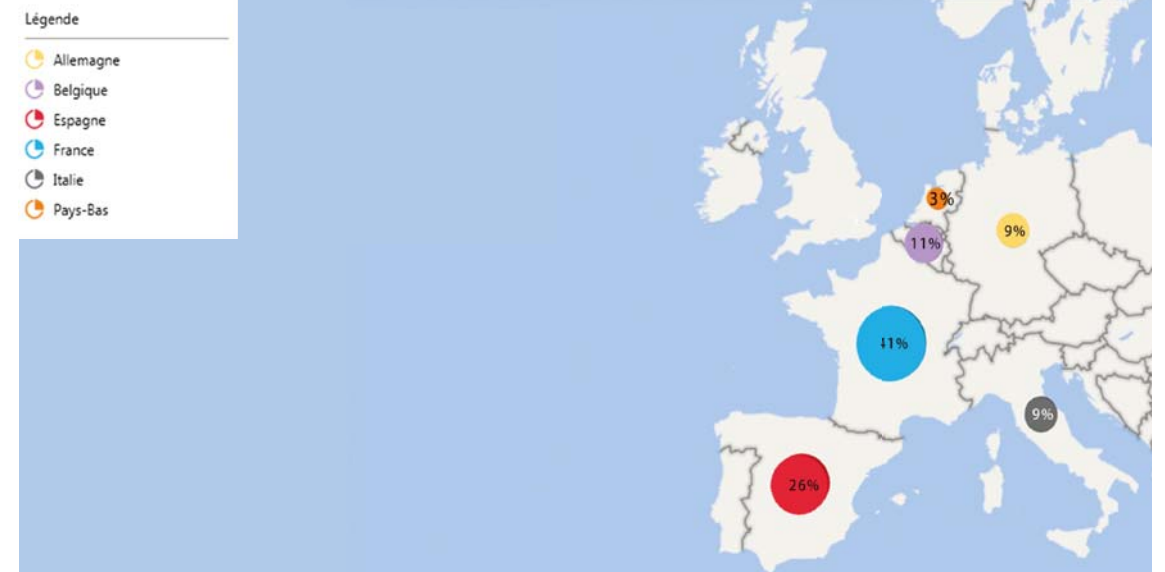


Dépense moyenne des Ménages par Région (en dirhams)



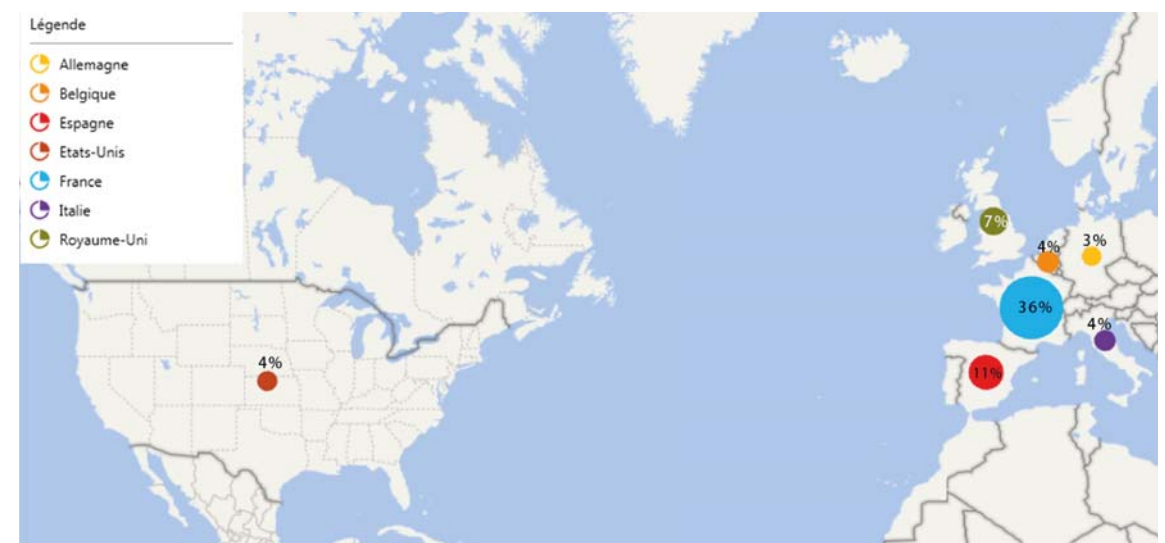


Part des dépenses des MRE dans la dépense globale*



*Les pays de provenance des MRE représentés sur la carte totalisent 99% de la dépense globale des MRE

Part des dépenses des touristes dans la dépense globale*



*Les pays représentés sur la carte totalisent 69% de la dépense globale des touristes



Ménages Résidents

2 - Consommation des ménages résidents en produits artisanaux

Caractéristiques saillantes de la consommation des ménages

- Les ménages marocains dépensent plus de 17 Milliards Dhs pour l'achat de produits artisanaux. La dépense moyenne annuelle par ménage est de 2361 Dirhams, sachant que cette dépense en produits artisanaux représente 3% de la dépense nationale moyenne des ménages marocains*.
- 80% de la dépense est réalisé par les ménages citadins.
- La dépense totale la plus importante est réalisée par les ménages de la région du Grand Casablanca – Settat (23%), suivie de Fès-Meknès (18%), de Rabat-Salé-Kénitra (15%) et de Marrakech-Safi (12%).
- Avec 41%, les vêtements traditionnels représentent la branche la plus importante de la dépense totale, avec comme produits phares : les djellabas, les caftans et les darrâas, sachant que ces dépenses en vêtements traditionnels représentent 39,4% des dépenses globales en vêtements réalisées par les ménages marocains*.
- La consommation des produits de l'artisanat se concentre sur quatre branches à savoir les vêtements traditionnels, le bois, le tapis et le bâtiment traditionnel (70%).
- 70% des ménages disposent d'un salon marocain répartis selon le milieu de résidence en 82% pour le milieu urbain et 46% pour le milieu rural.
- Les souks sont les lieux les plus fréquentés par les ménages pour l'achat des produits artisanaux (48% par rapport au reste des lieux d'achat).
- 32% des achats réalisés par les ménages marocains sont pour un usage personnel.
- L'achat d'un article d'artisanat est d'abord un acte culturel et identitaire. C'est en effet la première raison d'achat (40% par rapport aux autres motifs d'achat) des produits artisanaux par les ménages.
- Avec une part de 44%, la qualité de la matière première représente pour les ménages le premier critère d'achat des produits de l'artisanat.
- 85% des ménages enquêtés sont satisfaits des produits de l'artisanat, et 80% sont satisfaits des lieux de vente. De même, 66% des ménages estiment que les prix des produits de l'artisanat sont accessibles.

**Selon les résultats de l'Enquête nationale sur la consommation et les dépenses des ménages réalisée par le HCP - 2014*

En 2015, la dépense moyenne annuelle par ménage est de 2361 Dirhams, soit 197 DH par mois. Ainsi, la dépense totale des ménages consacrée à l'achat des produits de l'artisanat s'élève à 17,1 milliards de dirhams.

Comparée à la dépense de consommation nationale totale des ménages (3%), cette moyenne est révélatrice du niveau que représente l'achat des articles d'artisanat dans le budget des ménages marocains, confirmant ainsi l'attachement des Marocains à leur artisanat.

2.1 - Dépense selon les régions et le milieu de résidence

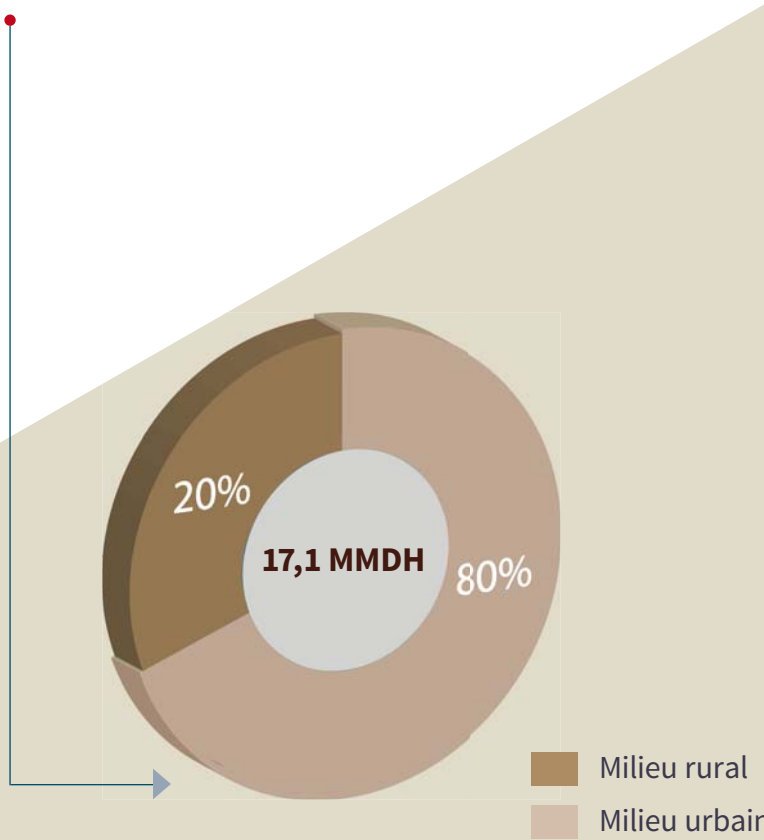
Les données fournies ont fait ressortir des disparités spatiales significatives entre la campagne et la ville mais également entre régions.

Disparités selon le milieu

De grandes disparités spatiales et sociales ont été dégagées par l'enquête. En effet, 80% de la dépense est réalisé par les ménages citadins.



Répartition des dépenses selon le milieu de résidence



Examinée sous l'angle du milieu de résidence, la dépense annuelle moyenne par ménage en produits de l'artisanat s'élève à 2904 dirhams pour les ménages citadins et à 1307 dirhams pour les ménages ruraux. Ainsi, la dépense moyenne en milieu urbain est 2.22 fois supérieure à celle en milieu rural.

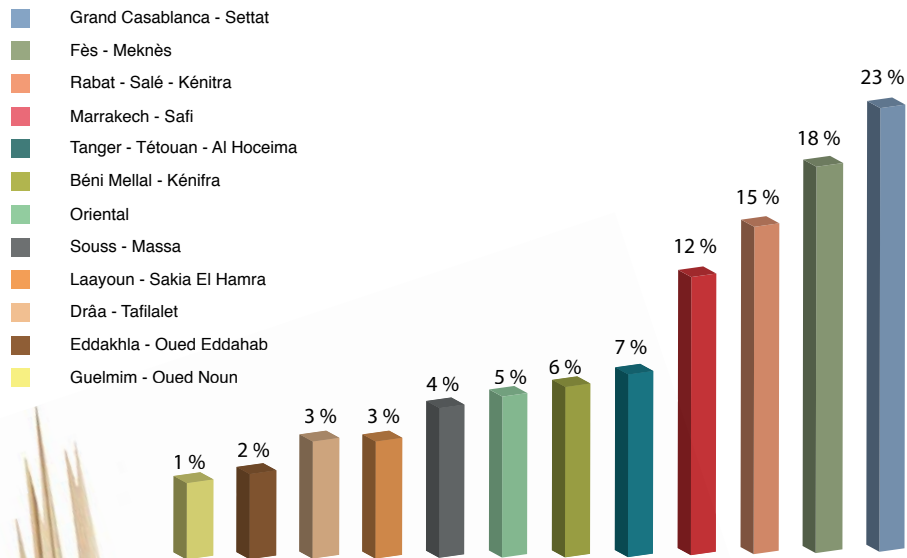
Cette disparité s'explique principalement par la grande différence en pouvoir d'achat entre les deux milieux.

Disparités régionales

La ventilation des dépenses par région indique que la dépense totale la plus importante est réalisée par les ménages de la région Casablanca – Settat avec près de 4 milliards de dirhams, suivis par ceux de Fès – Meknès et Rabat – Salé – Kénitra avec 3 et 2,6 milliards de dirhams respectivement.

Ainsi, ces trois régions totalisent plus de la moitié de la dépense totale. Cependant, c’est dans les régions sahariennes du royaume que se trouve la dépense moyenne la plus élevée.

Répartition de la dépense selon les régions





5 régions ont un niveau de dépense moyenne supérieur à la moyenne nationale



Eddakhla - Oued Eddahab



Laayoun Sakia El Hamra



Fès - Meknès



Rabat - Salé - Kénitra

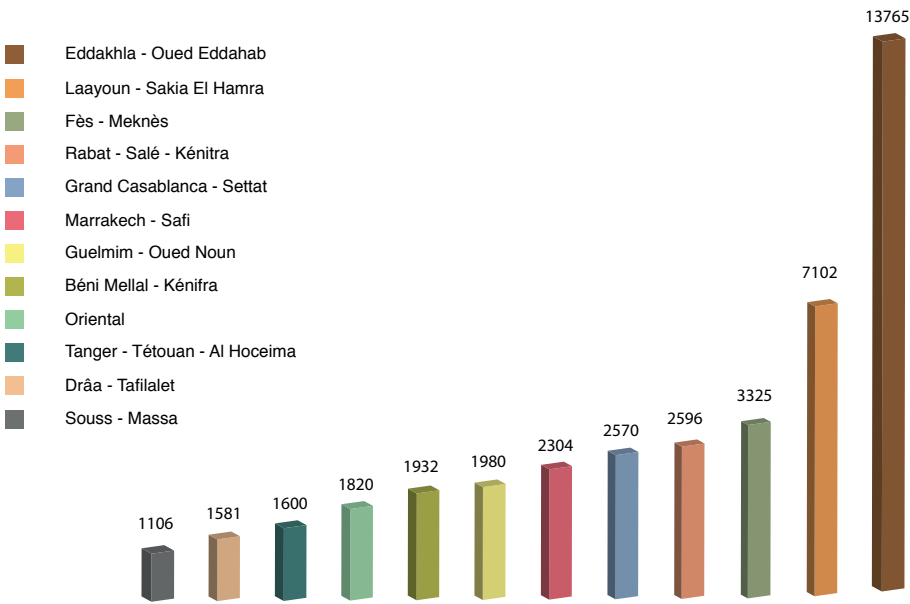


Casablanca - Settat

”

Les ménages des autres régions réalisent une dépense annuelle moyenne en produits de l'artisanat inférieure à la moyenne nationale.

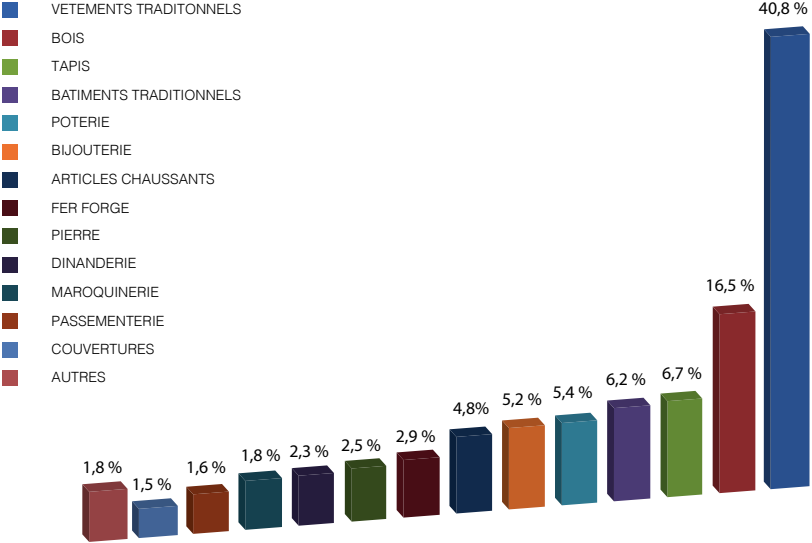
Dépense moyenne annuelle par ménages et par région (en dirhams)



Dépenses des ménages selon les branches de produits et les milieux urbain et rural

		URBAIN	RURAL	ENSEMBLE
1	VETEMENTS TRADITIONNELS	42.2 %	34.9 %	40.8 %
2	BOIS	17.7 %	11.2 %	16.5 %
3	TAPIS	5.0%	13.9%	6.7%
4	BATIMENT TRADITONNELS	7.4 %	0.9 %	6.2 %
5	POTERIE	4.8 %	8.1 %	5.4 %
6	BIJOUTERIE	5.7 %	2.9 %	5.2 %
7	ARTICLES CHAUSSANTS	4.4%	6.6%	4.8%
8	FER FORGE	2.8 %	3.7 %	2.9 %
9	PIERRE	2.7 %	1.8 %	2.5 %
10	DINAUDERIE	2.0 %	3.4 %	2.3 %
11	MAROQUINERIE	1.7%	2.3%	1.8%
12	PASSEMENTERIE	0.4 %	7.0 %	1.6 %
13	COUVERTURES	1.4 %	1.7 %	1.5 %
14	DAMASQUINAGE	0.9 %	0.6 %	0.9 %
15	VANNERIE	0.6%	0.5%	0.6%
16	VERRE ET CIRE	0.1 %	0.1 %	0.1 %
17	ARMURERIE	0.04 %	0.4 %	0.1 %
18	AUTRES	0.1 %	0.04 %	0.1 %

2.2 - Répartition selon les branches de produits



41%

Avec 41%, les vêtements représentent la branche la plus importante de la dépense totale, avec comme vêtements traditionnels : les djellabas, les caftans et les darrâas.

81%

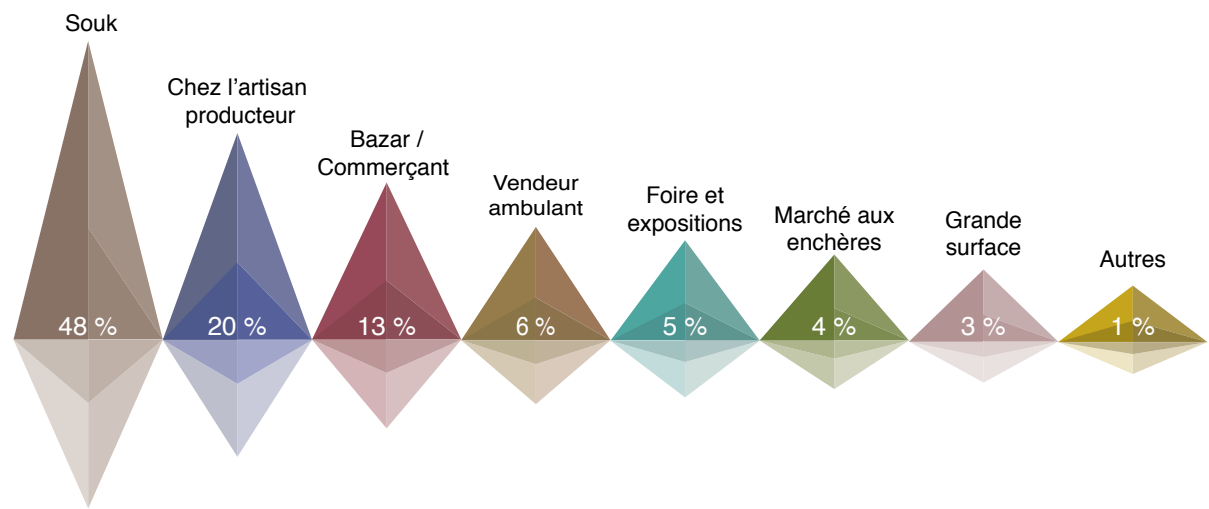
81% des dépenses des ménages sont ainsi concentrés dans 6 branches à savoir les vêtements traditionnels, le bois, les tapis, le bâtiment traditionnel, la poterie et la bijouterie.

- Par milieux urbain et rural, la consommation des produits de l'artisanat se concentre dans six branches à savoir les vêtements traditionnels, le bois, le tapis, le bâtiment traditionnel, la poterie et la bijouterie.
- Ces 6 branches représentent respectivement 82,8% et 71,9% des dépenses des ménages urbains et ruraux, avec toutefois des spécificités relatives à chaque milieu. En effet, la branche bâtiment traditionnel occupe la 3^{ème} place en urbain mais c'est le bois qui occupe cette place en milieu rural.
- De même, la bijouterie est classée en 4^{ème} position pour les ménages urbains alors que c'est la poterie qui occupe cette position pour les ménages ruraux.



2.3 - Habitudes de consommation des ménages marocains

Lieux d'achat

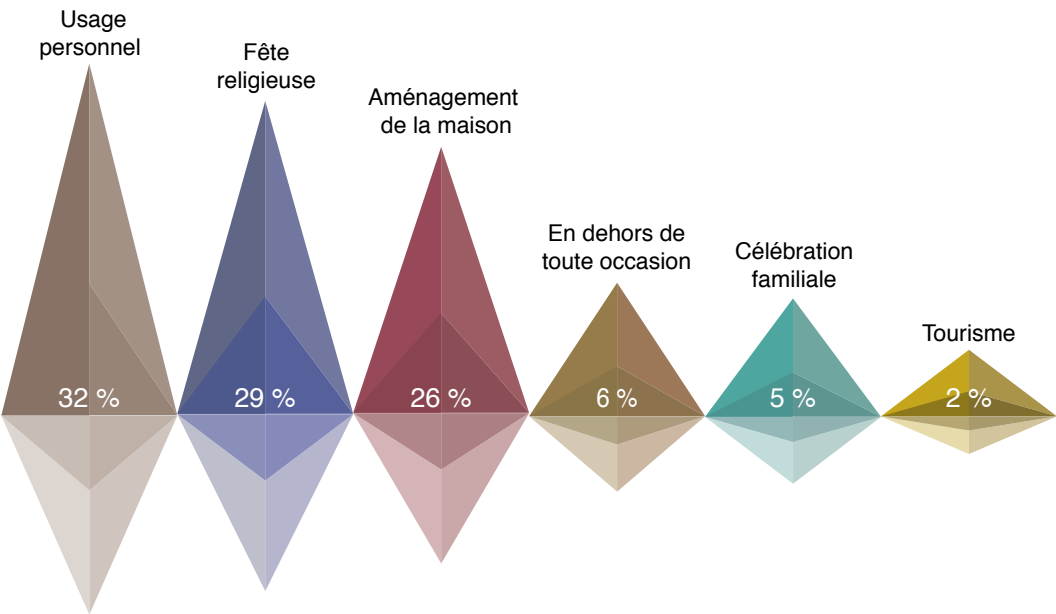


Les lieux les plus fréquentés par les ménages pour l'achat des produits artisanaux sont dans l'ordre : les souks avec une part de 48% par rapport aux autres lieux, l'artisan producteur avec 20% et les commerçants / bazars avec 13%.



Occasions d'achat

- 32% des achats réalisés par les ménages marocains sont pour un usage personnel.
- Les fêtes religieuses arrivent en seconde position avec 29%, suivies par l'aménagement de la maison avec 26%.

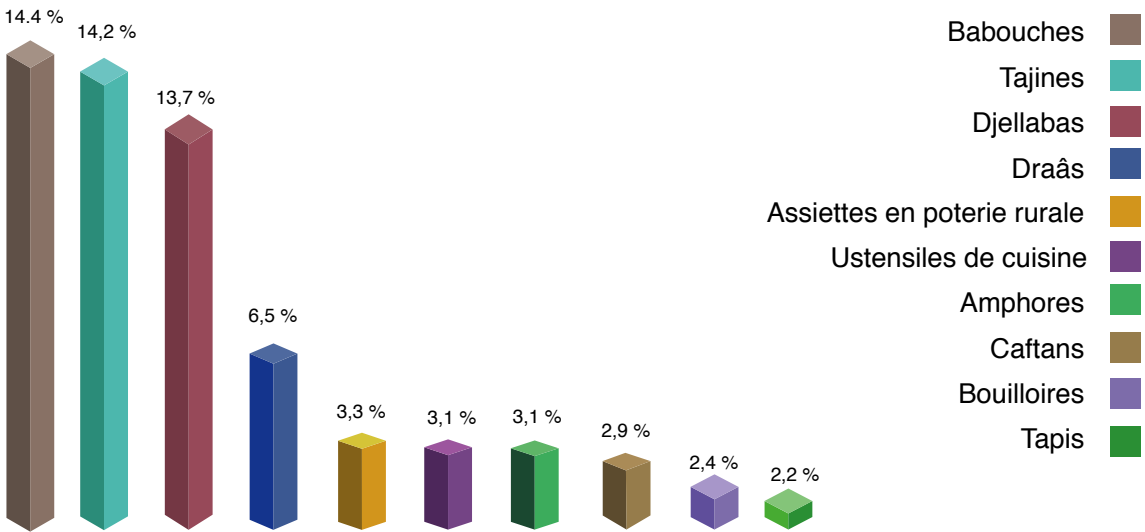


Les produits les plus achetés en volume



A l'échelle nationale, les babouches arrivent en tête des produits qui sont les plus achetés en volume, avec 14,4% du total des articles. Si tel est le cas pour les ménages citadins - où les babouches arrivent en tête avec 15,1%, chez les ruraux c'est le tajine qui est le produit phare avec 19,5% du total des produits achetés en milieu rural.

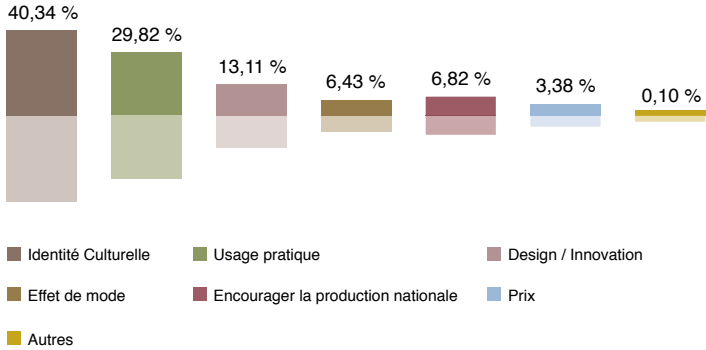
Classement des dix produits les plus achetés en volume par les ménages



2.4 - Motivations d'achat

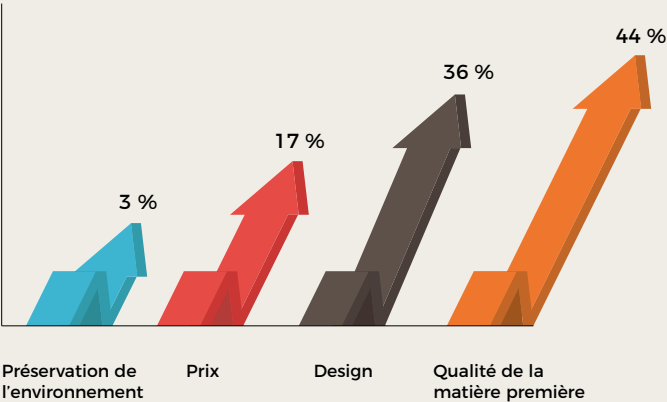
L'achat d'un article d'artisanat est d'abord un acte culturel et identitaire. En effet, avec une proportion de 40% (par rapport aux autres), ce motif représente la première raison d'achat pour les ménages. Le besoin d'usage pratique intervient pour 30%, alors que le design/innovation vient derrière avec une proportion de 13%.

Les motivations d'achat



2.5 - Critères d'achat

Les critères d'achat selon les Ménages

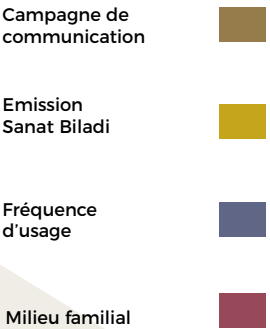
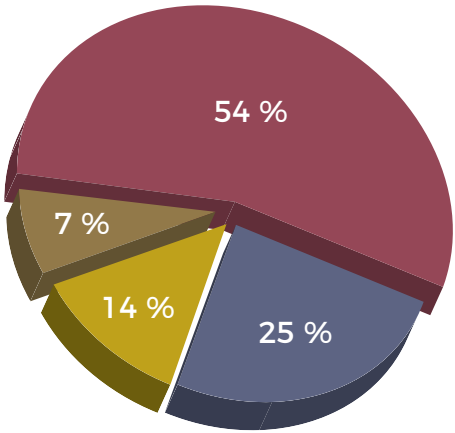


Avec une part de 44%, la qualité de la matière première représente pour les ménages le premier critère d'achat des produits de l'artisanat. Le second critère est le design avec une proportion de 36%, suivi par le prix avec 17%.



2.6 - Connaissance des produits de l'artisanat

Les sources de connaissance des produits de l'artisanat



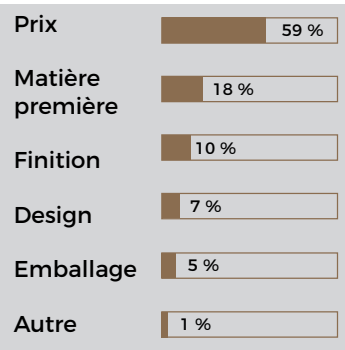
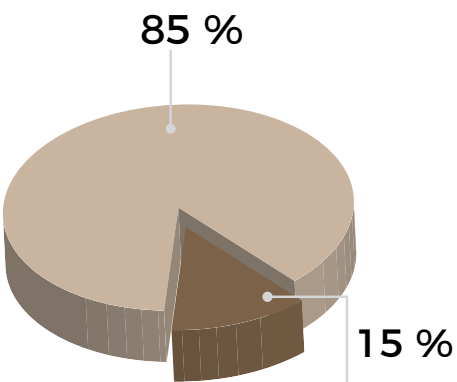
Les principales sources ayant permis aux ménages de connaître les produits de l'artisanat sont :

- Le milieu familial avec une proportion de 54%.
- La fréquence d'usage avec une part de 25%.
- L'émission télévisée Sanaat Bladi avec une proportion de 14%.



2.7 - Satisfaction des ménages vis-à-vis de l'artisanat

Satisfaction par rapport aux produits

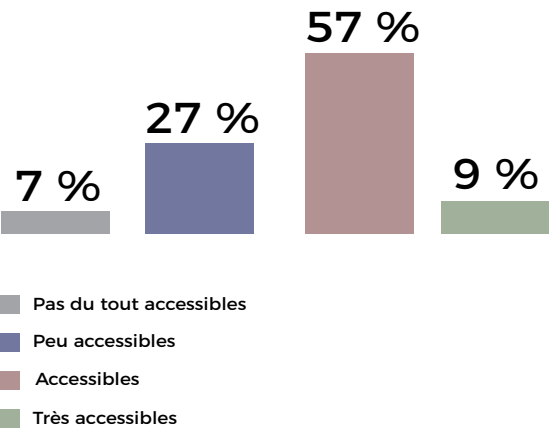


Raisons d'insatisfaction des ménages vis-à-vis des produits de l'artisanat

85% des ménages enquêtés sont satisfaits des produits de l'artisanat. Ceux qui sont peu satisfaits ou pas du tout satisfaits (proportion de 15%) ont justifié leur avis par le niveau élevé des prix, la qualité de la matière première, la finition et le design.

Satisfaction par rapport aux prix

Satisfaction des ménages vis-à-vis des prix

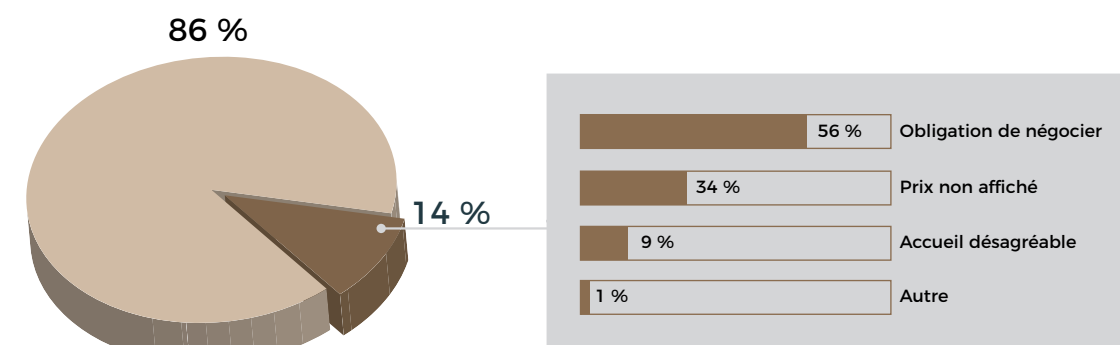


57% des ménages estiment que les prix des produits de l'artisanat sont accessibles et 9% très accessibles. 27% des ménages estiment cependant que les prix sont peu accessibles et 7% pas du tout accessibles.





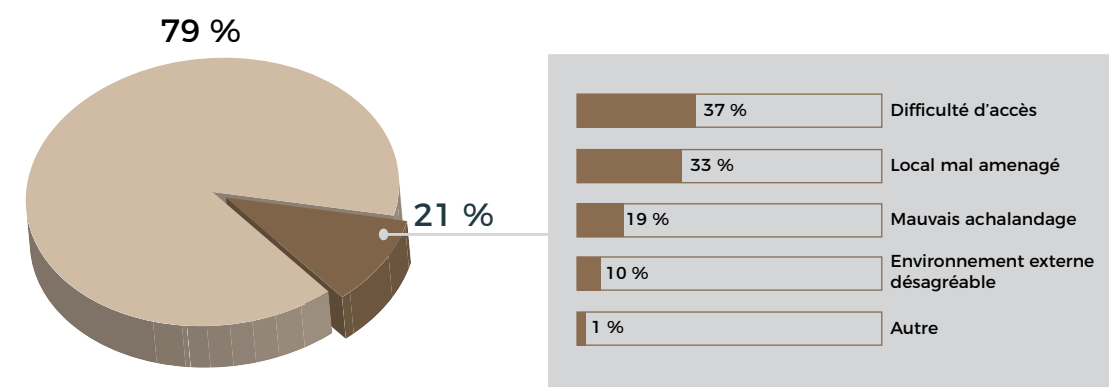
Satisfaction par rapport à l'accueil réservé par le vendeur



Raison de l'insatisfaction vis à vis de l'accueil du vendeur

L'accueil réservé par les artisans ou commerçants à la clientèle a été jugé satisfaisant par 86% des ménages enquêtés. Les personnes non satisfaites (14%) ont avancé comme principales raisons l'obligation de négocier et le non affichage des prix.

Satisfaction par rapport aux lieux d'achat

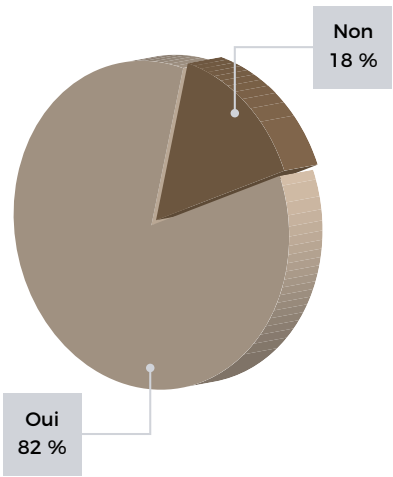


Raisons de l'insatisfaction des ménages vis-à-vis des lieux d'achat

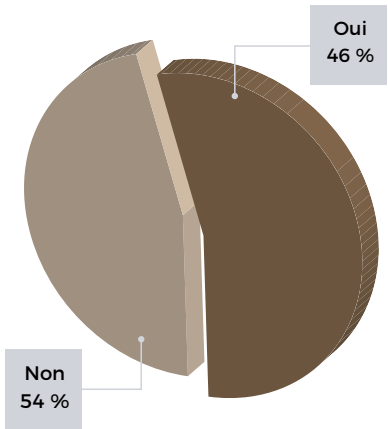
Les ménages enquêtés sont satisfaits à 79% des lieux de vente. La difficulté d'accès, l'aménagement du local, le mauvais achalandage des produits sont les raisons les plus fréquemment déclarées par ceux qui ont exprimé leur insatisfaction (21%).

2.8 - Dépense consacrée par les ménages au salon marocain

Proportion de ménages urbains disposant d'un salon marocain



Proportion de ménages ruraux disposant d'un salon marocain



- 70% des ménages disposent d'un salon marocain.
- 82% de ménages urbains disposent d'un salon marocain contre 46% des ménages en milieu rural.
- Le coût moyen d'acquisition du salon marocain est de 9531 dirhams.
- Concernant la fréquence de renouvellement partiel ou total des salons, 92% des ménages ont déclaré renouveler le salon après quatre ans ou plus.





Les Marocains résidant à l'étranger

3- Consommation des Marocains Résidant à l'Etranger (MRE)

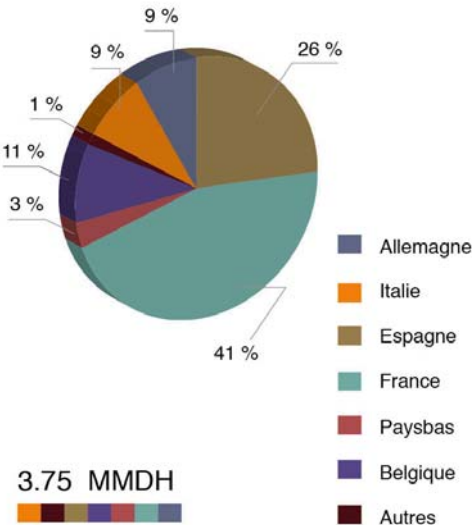
Caractéristiques saillantes de la consommation des MRE

- Les dépenses des MRE en achat de produits de l'artisanat s'élèvent à 3,75 Milliards Dirhams. La dépense annuelle moyenne par personne est de 3914 Dirhams.
- Les achats en produits artisanaux représentent 17% du montant total dépensé par les MRE durant leur séjour au Maroc. La dépense moyenne annuelle par MRE s'élève à 3914 Dirhams.
- Les MRE provenant de la France s'accaparent 41% de la dépense totale, suivis de ceux provenant d'Espagne avec 26% puis ceux de la Belgique avec 11%.
- En terme de dépense moyenne, les MRE de l'Allemagne arrivent en tête avec 5657 dirhams, suivis des MRE d'Italie avec 5249 dirhams et de ceux de la France avec 3902 dirhams.
- Les MRE font leurs achats en artisanat dans ville de Fès en 1er lieu avec 15,8% du total de leurs dépenses, suivie de la ville de Casablanca qui arrive en deuxième position avec 9,5% de la dépense totale.
- 33,2% de la dépense totale des MRE est consacrée à l'acquisition de produits de bijouterie, suivis des vêtements traditionnels avec 23,5%.
- Les souks sont les lieux privilégiés par les MRE pour l'achat des produits artisanaux avec une part de 44% par rapport aux autres lieux d'achat.
- 30,6% de l'ensemble des achats des MRE sont destinés à un usage pratique.
- L'achat d'un article d'artisanat, par les MRE, est d'abord un acte culturel et identitaire.
- La qualité et le design représentent les premiers critères d'achat par les MRE (45% et 41% respectivement par rapport aux autres critères).
- 94% des MRE sont satisfaits des produits de l'artisanat, et 79% estiment que les prix des produits de l'artisanat sont accessibles. De même, 80% des MRE déclarent être satisfait vis-à-vis des lieux de vente des produits artisanaux.

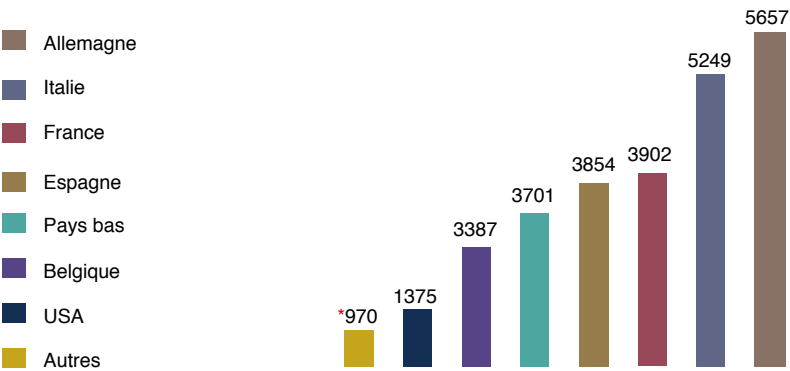
3.1 - Dépense des MRE selon les pays de résidence

Dépense totale des MRE par pays de résidence

Les dépenses les plus élevées sont réalisées par les MRE dont les pays d'accueil sont situés en Europe ; la plus grande proportion qui est de 41% a été enregistrée par les MRE résidant en France, suivis de ceux résidant en Espagne avec 26% puis la Belgique avec 11%. La proportion de la dépense la plus faible a été enregistrée par les MRE vivant aux Pays-Bas.



Dépense moyenne annuelle des MRE par pays de résidence

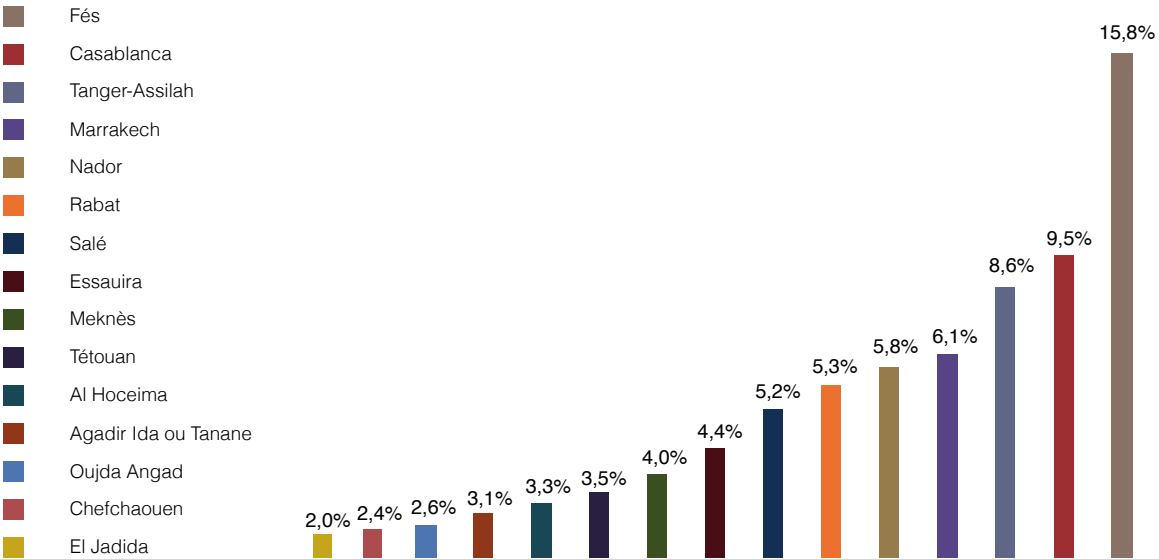


*N.B. La catégorie « Autres » regroupe les MRE résidents en Afrique Subsaharienne, Moyen Orient et Golfe, Canada, pays scandinaves, et autres pays d'Europe.

Avec une dépense moyenne de 5657 dirhams, les MRE résidant en Allemagne sont ceux qui dépensent le plus, suivis par les MRE résidant en Italie avec 5249 dirhams et les MRE résidant en France avec 3902 dirhams.

3.2 - Dépense des MRE selon les villes d'achat

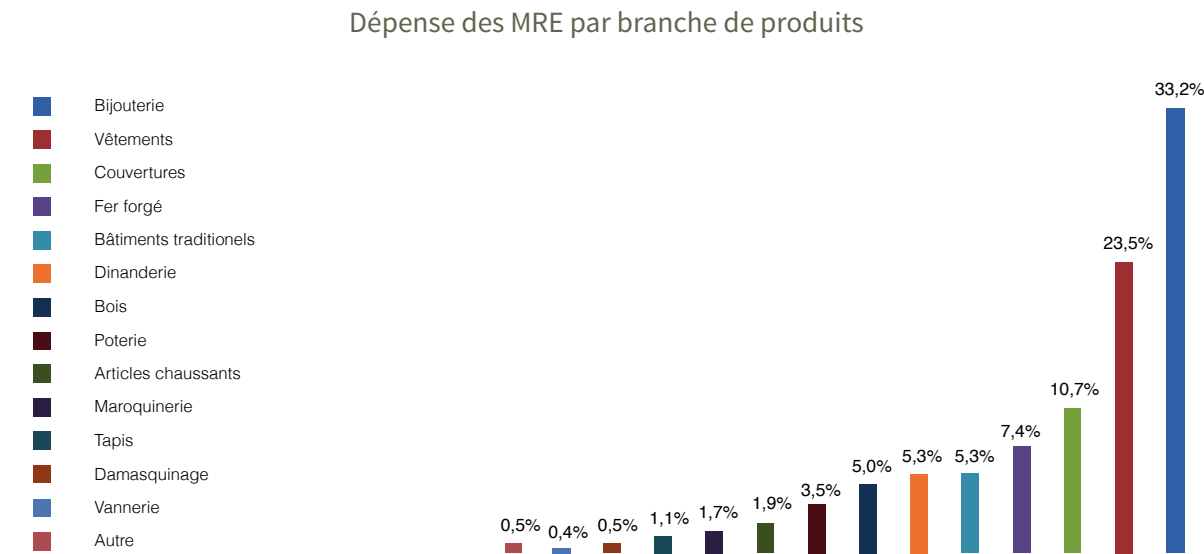
Principales villes d'achats selon la dépense des MRE



Les dépenses des MRE sont réparties sur 65 villes, toutefois, 82% des dépenses sont réalisées dans une quinzaine de villes. Les 18% restant ont des parts inférieurs à 2% du total des dépenses réalisées par les MRE.



3.3 - Dépense des MRE selon les branches de produit

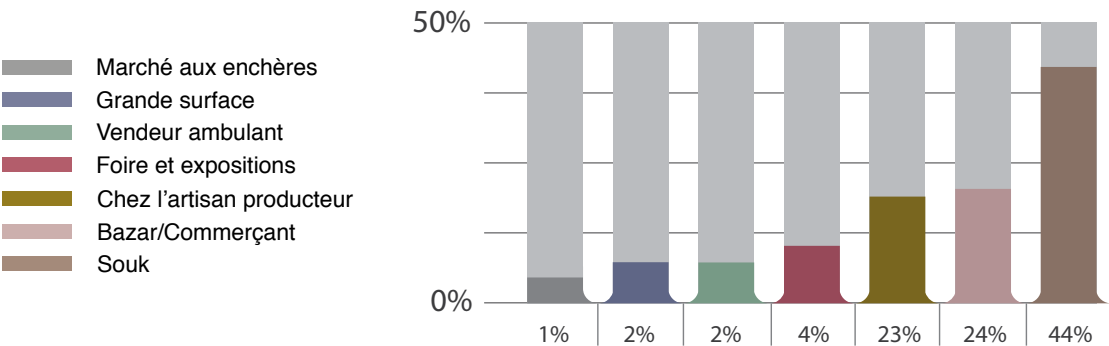


Avec 33% de la dépense totale, la bijouterie représente la branche de produits qui capte la plus grande part de consommation des MRE. Les produits phares de cette branche sont les bracelets en or suivis par les bagues en or.

Avec 23% de la dépense totale, la branche Vêtements traditionnels occupe la seconde place. Les produits phares sont les caftans suivis des djellabas. Les couvertures occupent la troisième place avec 11% de la dépense totale.

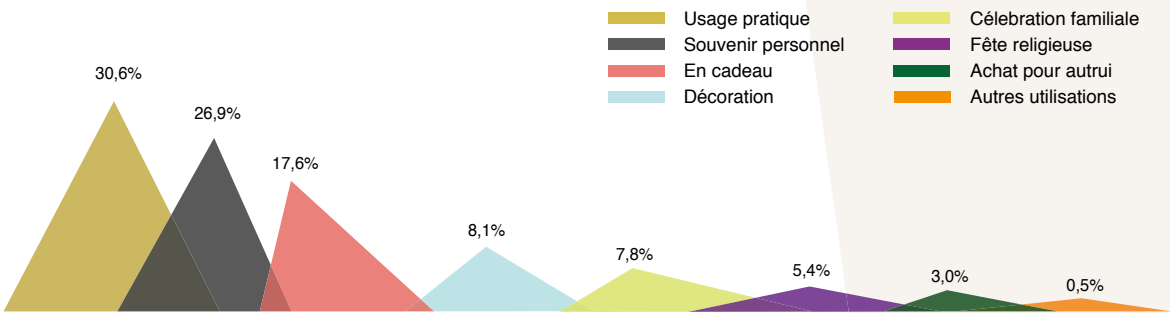
3.4 - Habitudes de consommation des MRE

Lieux d'achat



Les lieux d'achat préférés des MRE sont les souks avec une part de 44% par rapport aux autres lieux, et les bazars/commerçants avec 24%. L'achat chez les artisans producteurs représente quant à lui 23%.

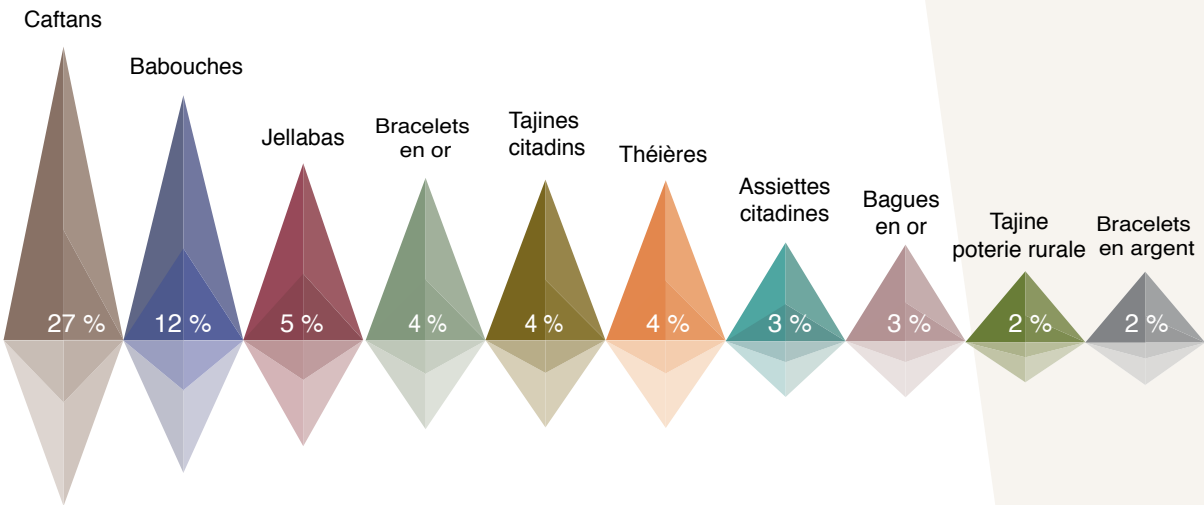
Usage des produits de l'artisanat



L'usage pratique est la destination la plus importante des achats effectués par les MRE en produits artisanaux avec une proportion de 30.6%.

Le souvenir personnel se classe en seconde position avec une part de 26.9%, alors que 17.6% des produits sont achetés en tant que cadeaux.

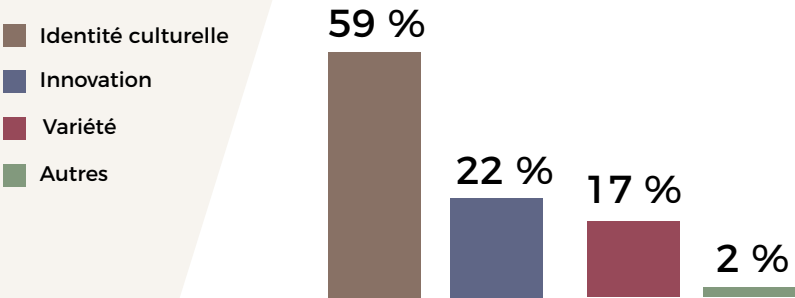
Produits les plus achetés en volume



Sur l'ensemble des MRE, les Caftans arrivent en tête des produits les plus achetés avec 27% du volume global, suivis par les babouches avec 12% et les djellabas 5%.

3.5 - Motivations d'achat

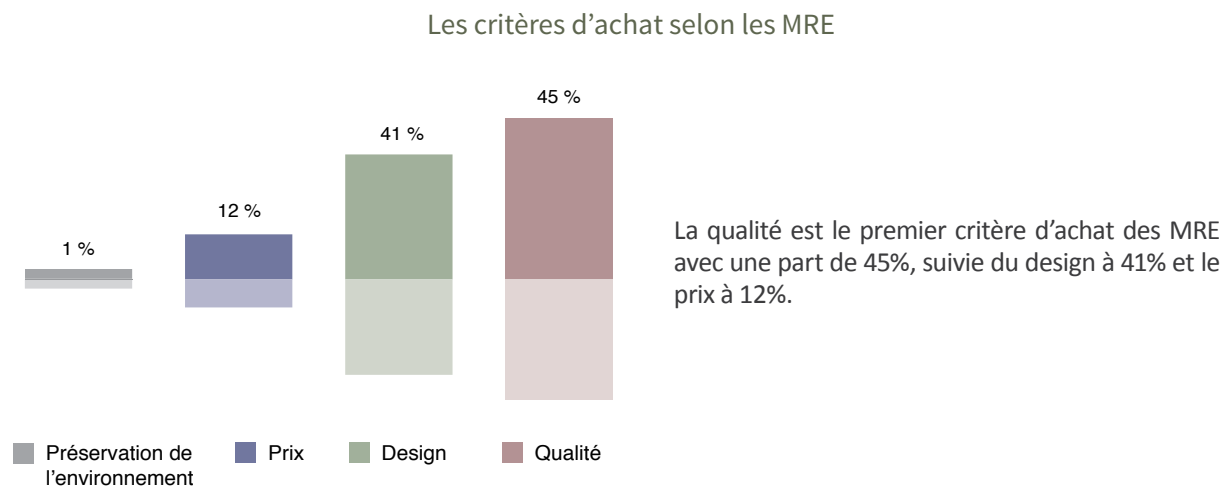
Les motivations d'achat



Les réponses des MRE ont privilégié l'identité culturelle avec 59% des réponses. En 2^{ème} et 3^{ème} position viennent l'innovation et la variété des produits avec respectivement 22% et 17%. Les autres motifs d'achat, en proportion très minimes (2%), concernent notamment la qualité, le besoin personnel et l'encouragement de l'artisanat.

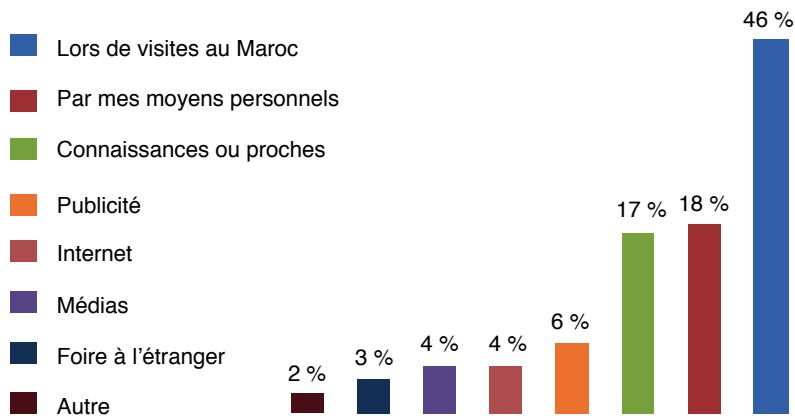


3.6 - Critères d'achat



3.7 - Connaissance des produits de l'artisanat

Sources de connaissances des produits de l'artisanat par les MRE



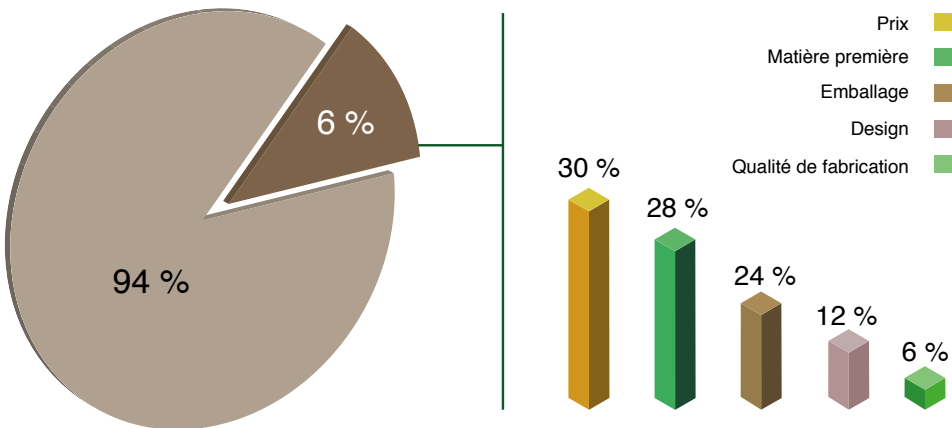
Les séjours au Maroc constituent la source la plus importante de connaissance des produits pour les MRE, avec une proportion de 46% par rapport au reste des sources. D'autres sources ayant permis aux MRE de connaître les produits de l'artisanat sont les moyens personnels (18%), les connaissances ou proches (17%) et la publicité (6%).

Le fait d'être originaire du Maroc constitue également une source de connaissance des produits artisanaux (autre source avec une proportion de 2%).

3.8 - Satisfaction des MRE vis-à-vis de l'artisanat

Satisfaction par rapport aux produits

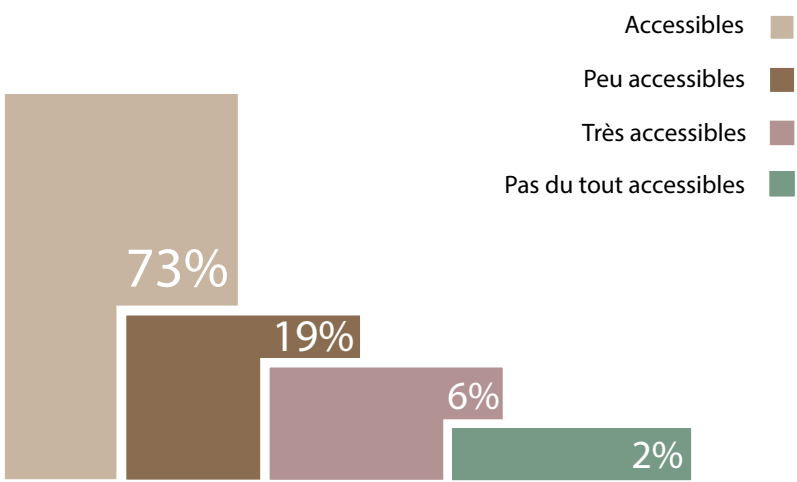
La quasi-totalité des MRE interrogés (94%) ont exprimé leur satisfaction par rapport aux produits artisanaux marocains. Les raisons d'insatisfaction des 6% restants sont le prix, la qualité de la matière première, l'emballage... etc.



Raison d'insatisfaction des MRE vis-à-vis des produits de l'artisanat



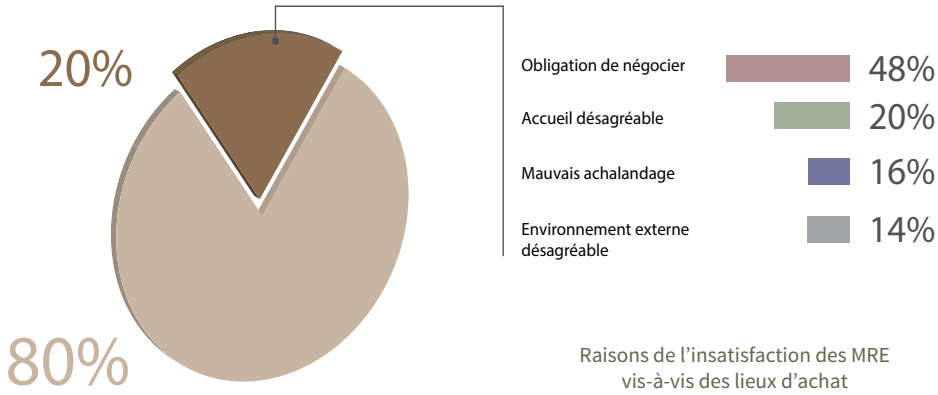
Satisfaction par rapport aux prix



79% des MRE enquêtés sont satisfaits des prix des produits artisanaux.

Satisfaction par rapport aux lieux d'achat

80% des MRE enquêtés ont exprimé leur satisfaction des lieux visités d'achat des produits de l'artisanat.



Les touristes étrangers



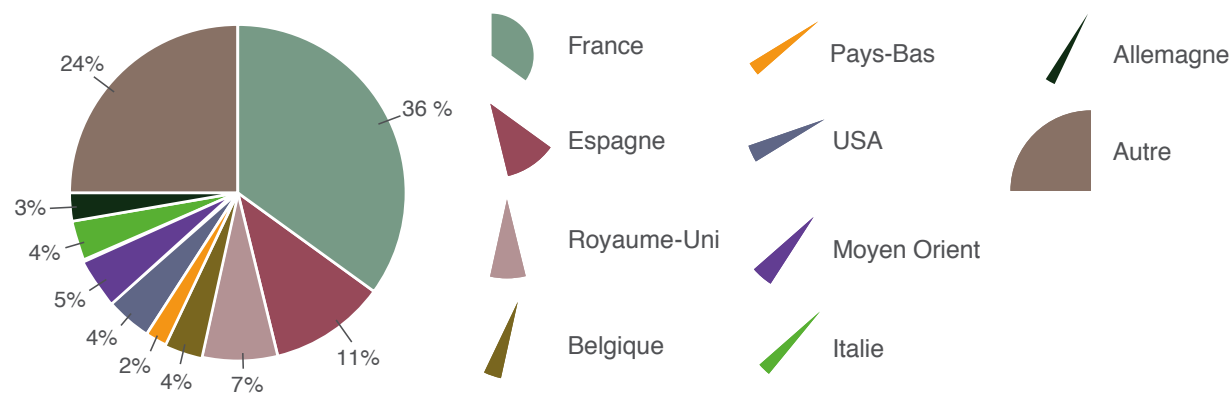
4- Consommation des touristes étrangers

Caractéristiques saillantes de la consommation des touristes étrangers

- Les dépenses des touristes étrangers en produits de l'artisanat sont de l'ordre de 5,87 Milliards Dirhams. La dépense moyenne annuelle par touriste est de 2112 Dirhams.
- 10% du montant total dépensé par les touristes étrangers durant leur séjour au Maroc sont consacrés à l'acquisition des produits artisanaux.
- Les touristes Français sont ceux qui dépensent le plus avec 36% de la dépense totale, suivis par les touristes Espagnols avec 11% de la dépense globale.
- Les touristes du Moyen Orient enregistrent la dépense annuelle moyenne la plus élevée avec 3482 Dhs, suivis par ceux des USA avec 2593 Dhs, et la France avec 2323dh.
- 52% des dépenses des touristes ont été effectuées dans les villes de Marrakech, Agadir et Fès avec respectivement 24%, 18% et 10% de la dépense totale.
- 19% de la dépense totale est consacrée pour l'acquisition des articles de bijouterie, alors que 16,3% de la dépense totale est effectué en vêtements traditionnels.
- Les souks sont les lieux d'achat des articles de l'artisanat les plus fréquentés par les touristes avec une part de 44% par rapport aux autres lieux.
- 32,3% de l'ensemble des achats des touristes étrangers sont fait en tant que souvenir personnel.
- Les touristes considèrent que l'identité culturelle marocaine est reflétée par les produits artisanaux. C'est la raison principale qui motive leurs achats d'artisanat (avec une proportion de 56% par rapport aux autres motifs d'achat).
- Les touristes se basent sur la qualité et le design comme critères d'achat des produits artisanaux (avec des proportions de 42% et 33% respectivement).
- 98% des touristes étrangers sont satisfaits des produits de l'artisanat marocain et 88% estiment que les prix des produits de l'artisanat sont accessibles. Aussi, 88% des touristes étrangers sont satisfaits par rapport aux lieux de vente des produits artisanaux.

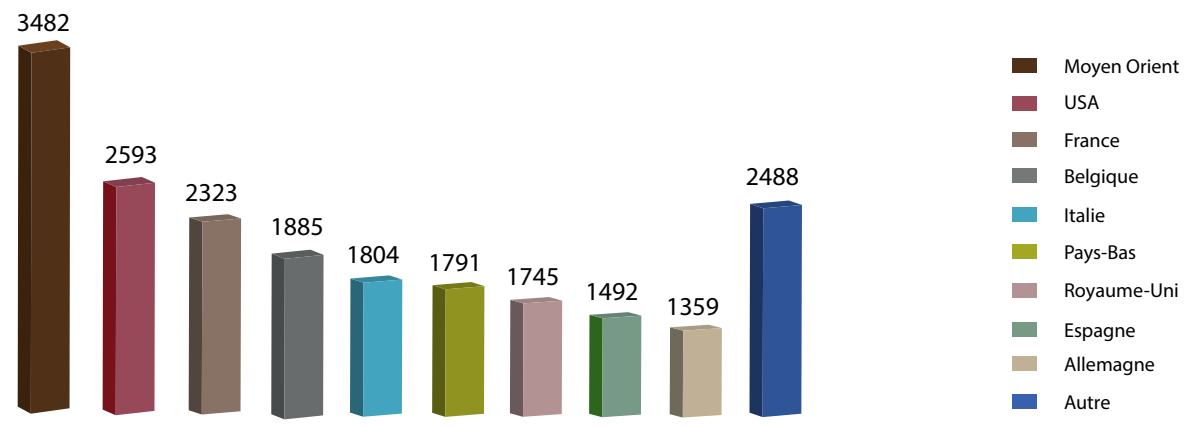
4.1 - Dépenses des touristes

Répartition de la dépense totale des touristes selon le pays de résidence



La dépense totale de la composante « touristes étrangers » en produits artisanaux durant 2016 s'élève à 5,87 milliards de dirhams. La dépense annuelle moyenne par touriste étranger est de 2112 Dirhams.

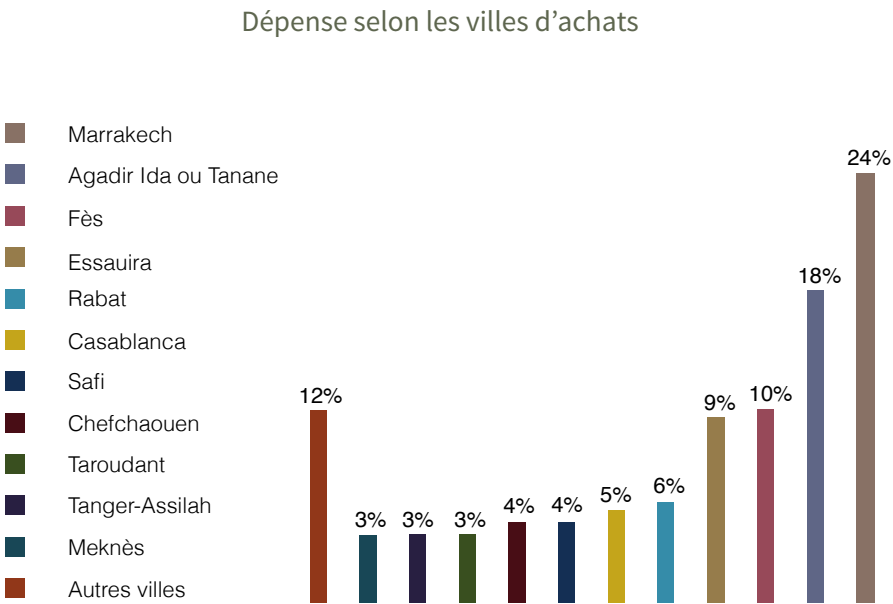
Dépense moyenne annuelle des touristes par pays de résidence (en dirhams)



La répartition de la dépense par pays de résidence révèle que les touristes résidant au Moyen Orient sont ceux qui dépensent le plus avec une dépense moyenne annuelle de 3482 dirhams, suivis par les touristes résidant aux USA avec 2593 dirhams.



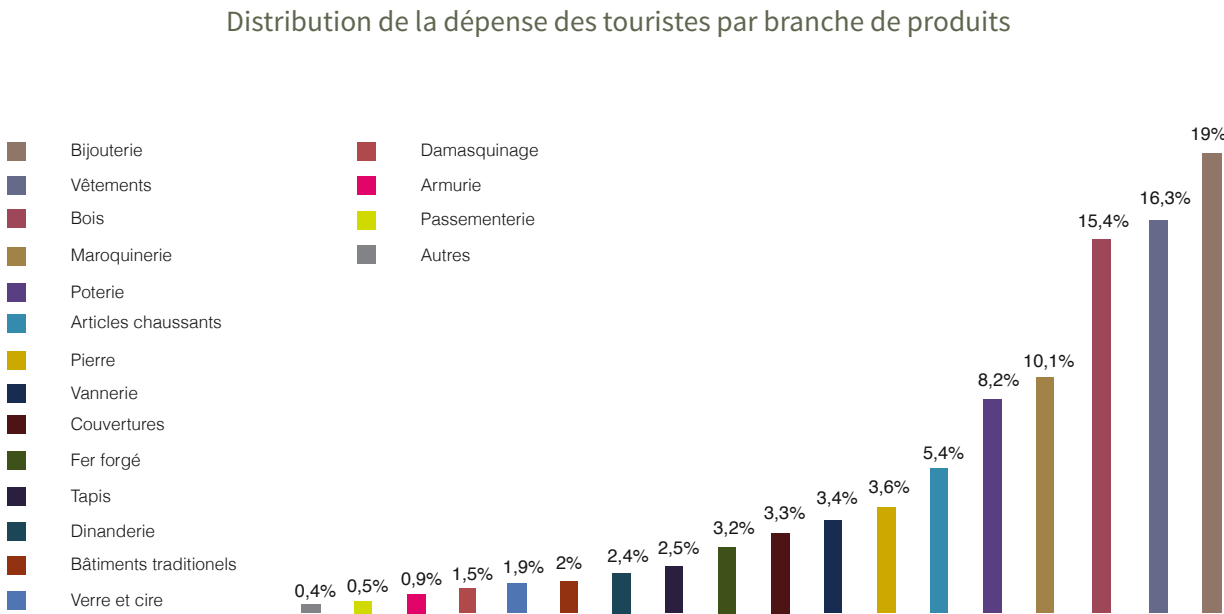
4.2 - Dépense des touristes selon les villes d'achat



Les touristes ont effectué leurs achats durant leur séjour touristique au Maroc dans 57 villes. Cependant, les dépenses se concentrent dans quelques villes qui sont connues pour leur important flux touristique.

Ainsi, 52% des dépenses ont été réalisées dans les villes de Marrakech, Agadir et Fès avec respectivement 24%, 18% et 10% de la dépense totale. Par ailleurs, 45 villes parmi les 57 villes dénombrées, ont enregistré une dépense inférieure à 1% de la dépense totale des touristes.

4.3 - Répartition de la dépense des touristes par branches de produits



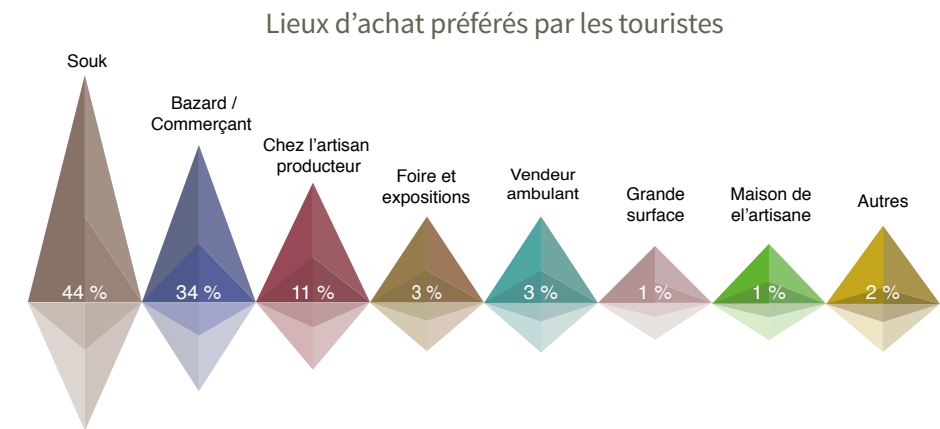
Avec 19% de la dépense totale, la bijouterie représente la branche de produits qui capte la plus grande proportion du budget artisanat des touristes. Concernant les produits phares, les touristes étrangers affectionnent en particulier les bracelets en argent, suivis par les colliers et pendentifs en argent.

A 16,3% de la dépense totale, les vêtements traditionnels occupent la seconde place. Les produits phares sont les caftans suivis des djellabas. La branche bois occupe la troisième place avec 15,4% de la dépense totale. Les produits phares sont les articles en bois incrusté et en marqueterie.



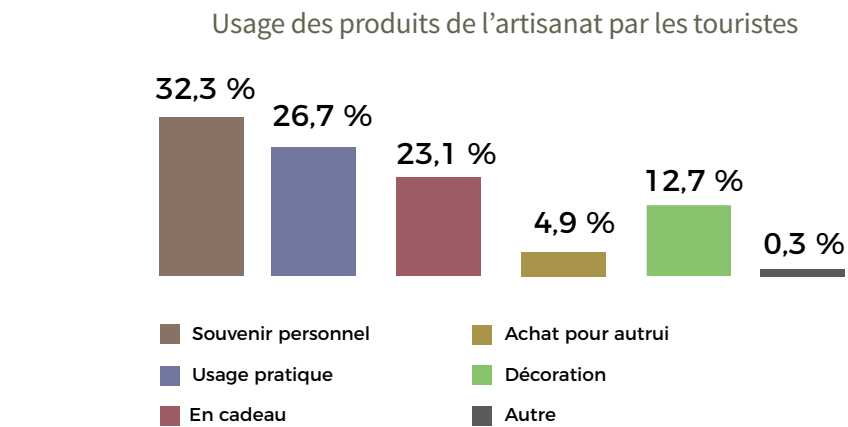
4.4 - Habitudes de consommation des touristes

Lieux d'achat



Les souks sont les lieux où les touristes effectuent le plus d'achats avec une proportion de 44% par rapport aux autres lieux. Ils privilégient également les bazars/commerçants qui sont classés comme second lieu d'achat préféré par les touristes avec une part de 34%. L'artisan producteur arrive en troisième position avec 11%.

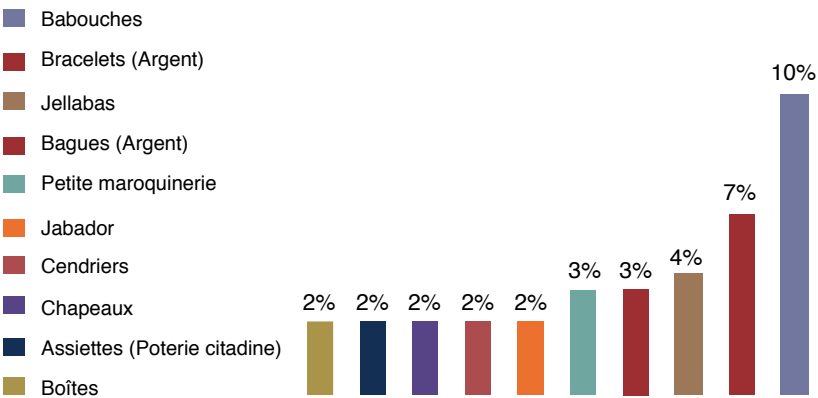
Usage des produits de l'artisanat



32% des achats en produits artisanaux par les touristes étrangers sont effectués à titre de souvenirs personnels. Les achats à destination d'un usage pratique représentent une proportion de 27%, alors que 23% des acquisitions sont destinées à être offertes en cadeau.

Les produits les plus achetés en volume

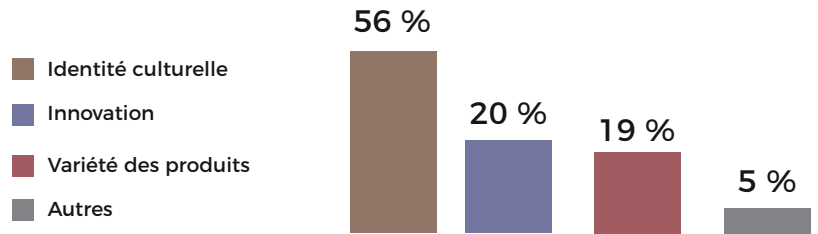
Classement des produits les plus achetés par les touristes



Les babouches arrivent en tête des produits les plus achetés avec 10% du volume ou quantités d'articles achetés par les touristes, suivis par les bracelets en argent à 7% et les djellabas à 4%.

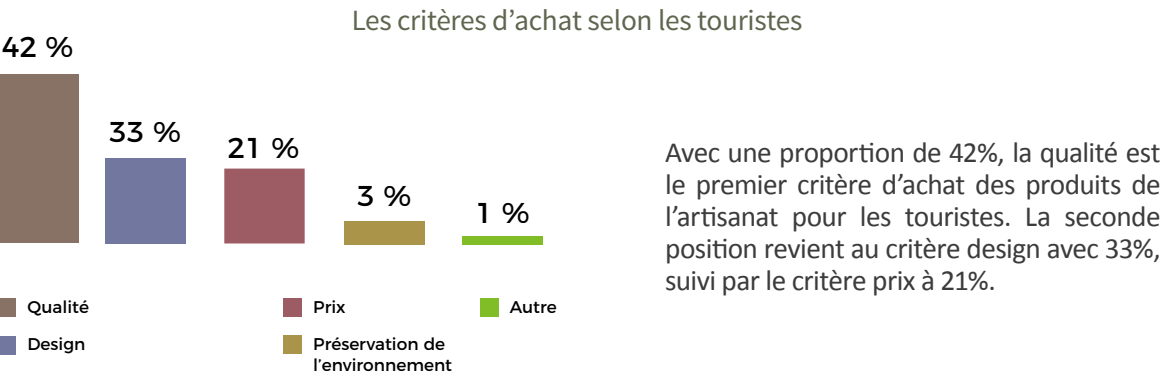
4.5 - Motivations d'achat

Motivation d'achat des produits de l'artisanat par les touristes

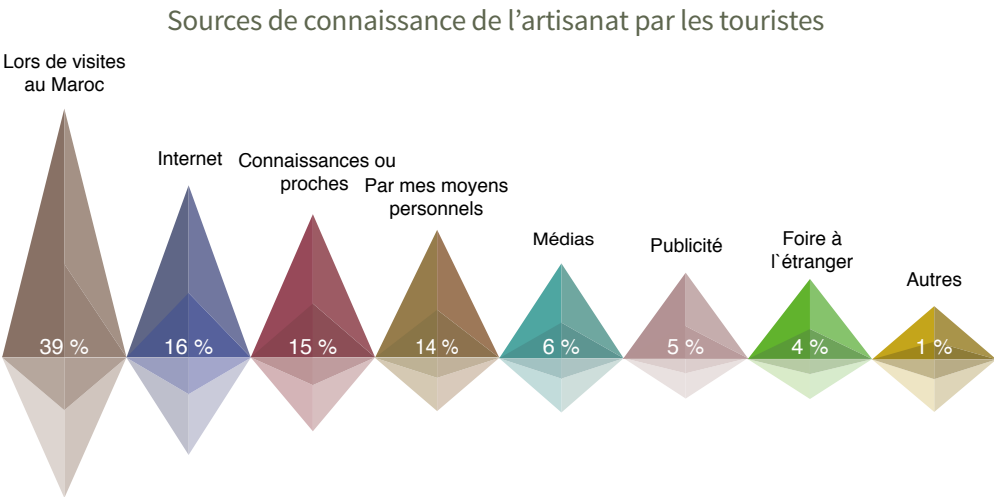


Les principales raisons qui ont motivé les achats des touristes sont l'identité culturelle Marocaine reflétée par les produits artisanaux marocains avec une proportion de 56%, suivie de l'innovation qui caractérise ces produits avec 20% et la variété des produits avec 19%.

4.6 - Critères d'achat



4.7 - Connaissance des produits de l'artisanat

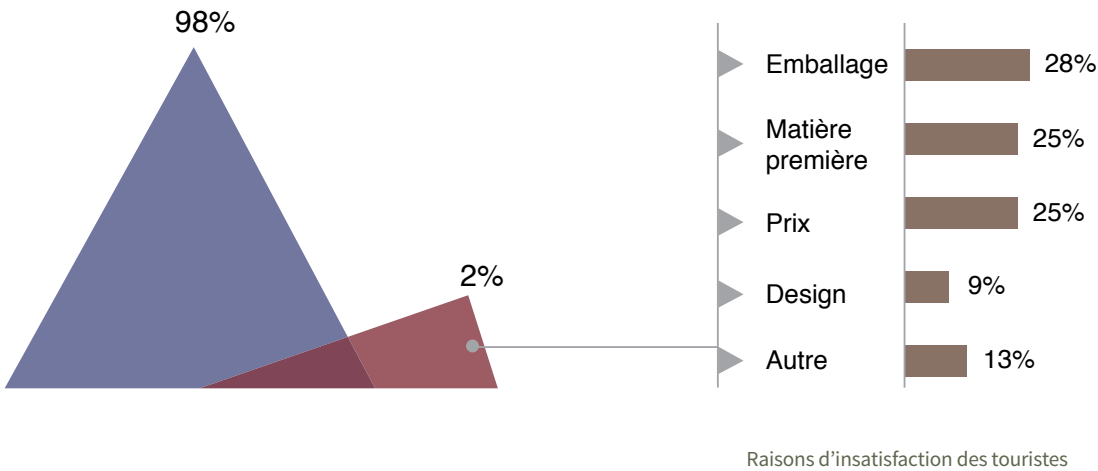


Les principales sources de connaissance des produits de l'artisanat sont diversifiées mais n'ont pas toutes la même importance. Ainsi, « les visites ou séjours au Maroc » se présente comme la principale source de connaissance des produits artisanaux par les touristes avec une proportion de 39%. Les Technologies de l'information et de la communication et en particulier « l'internet », jouent un rôle important dans la connaissance de l'artisanat marocain avec une proportion de 16%, de même que « les connaissances ou proches » (15%) et « les moyens personnels » (14%). Les résultats de l'enquête ont également permis de relever d'autres sources telles que les « Médias » avec une part de 6%, « la publicité » (5%) ou « les foires organisées à l'étranger » (4%).

4.8 - Satisfaction des touristes étrangers vis-à-vis de l'artisanat

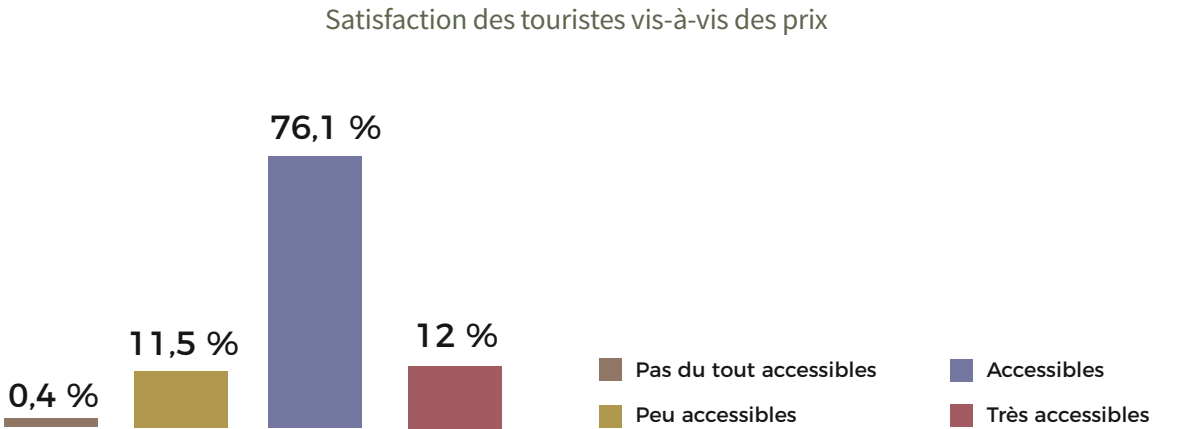
Satisfaction par rapport aux produits

La quasi-totalité des touristes étrangers interrogés (98%) ont exprimé leur satisfaction par rapport aux produits artisanaux marocains. Les raisons d'insatisfaction des 2% restants sont l'emballage, les prix et la qualité de la matière première.



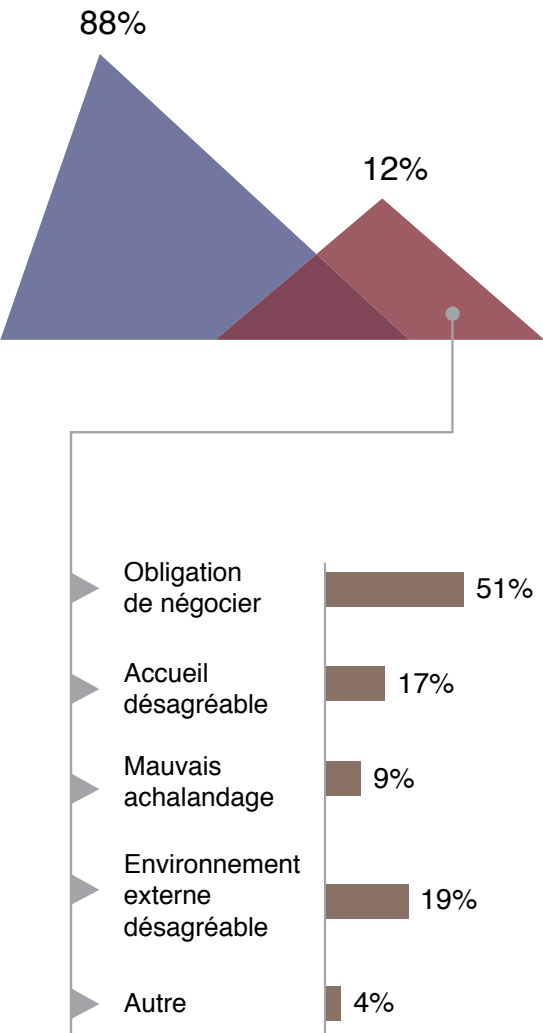
Satisfaction des touristes vis-à-vis des prix

La majorité des touristes étrangers (88%) trouvent que les prix des produits artisanaux sont accessibles.



Satisfaction par rapport aux lieux d'achat

88% des touristes affirment être satisfaits des lieux visités pour acquérir les produits de l'artisanat. Ceux qui ont exprimé leur insatisfaction ont évoqué l'obligation de négocier comme principale raison avec une proportion de 51%.



Raisons d'insatisfaction des touristes vis-à-vis des lieux d'achat









Direction de la Stratégie, de la Programmation et de la Coopération

Tél. : (+212) (0) 537 27 62 68 • (+212) (0) 537 27 62 59 • www.artisanat.gov.ma

- Observatoire de l'Artisanat -

Edition 2018