



ISSN: 2230-9926

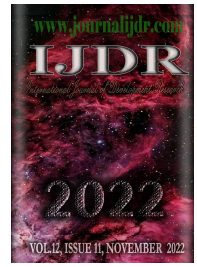
Available online at <http://www.journalijdr.com>

# IJDR

*International Journal of Development Research*

Vol. 12, Issue, 11, pp. 59937-59941, November, 2022

<https://doi.org/10.37118/ijdr.25488.11.2022>



RESEARCH ARTICLE

OPEN ACCESS

## LA CONTRIBUTION DU TOURISME INTERNE A LA RELANCE DU SECTEUR TOURISTIQUE: ETUDE QUANTITATIVE DES TOURISTES INTERNES DE LA DESTINATION AGADIR

\*<sup>1</sup>Loubna Kouraich and <sup>2</sup>Sair Aziz

<sup>1</sup>Doctorante, Université Ibn Zohr, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion Agadir, Maroc Laboratoire de Recherche sur les Etudes en Tourisme

<sup>2</sup>PES, Université Ibn Zohr, Ecole Nationale de Commerce et de Gestion Dakhla, Maroc Laboratoire de Recherche sur les Etudes en Tourisme

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Received 24<sup>th</sup> August, 2022

Received in revised form

20<sup>th</sup> September, 2022

Accepted 14<sup>th</sup> October, 2022

Published online 30<sup>th</sup> November, 2022

#### KeyWords:

Tourismeinterne, Relance du secteur touristique, Techniques de gestion, Marketing touristique, Destination touristique.

\*Corresponding author: Loubna Kouraich,

### ABSTRACT

Ce travail présente une synthèse théorique issue de la littérature ainsi qu'une étude quantitative menée sur le tourisme interne dans la destination Agadir, Maroc. Dans cet article, nous définissons le tourisme interne et nous montrons ses typologies, nous essayons aussi de rassembler les plus principales approches sur lesquelles se fonde, tout en essayant de montrer le rôle du tourisme interne à la relance du secteur touristique. La partie empirique de ce travail va présenter une étude exploratoire et quantitative où nous essayons de caractériser les pratiques et les motivations des touristes internes (durée, activités, attentes, sociabilités...) et les destinations préférentielles (sites, territoires, itinéraires...) et de définir le concept de la satisfaction, précisément pour les touristes nationaux, dans le contexte de la destination Agadir ; En s'appuyant sur un questionnaire réalisé auprès de 117 touristes internes de la ville Agadir, les résultats de cette étude quantitative constitueront la base sur laquelle nous allons fonder notre étude principale.

Copyright©2022, Loubna Kouraich and Sair Aziz. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Citation: Loubna Kouraich and Sair Aziz. 2022. "La contribution du tourisme interne a la relance du secteur touristique: etude quantitative des touristes internes de la destination agadir", *International Journal of Development Research*, 12, (11), 59937-59941.

## INTRODUCTION

Le secteur touristique au Maroc constitue l'un des secteurs les plus cruciaux dans l'économie marocaine. Il a connu des profonds bouleversements, et modification en les prestations touristiques afin de drainer beaucoup plus de touristes nationaux et internationaux.

Actuellement, il est en phase de croissance grâce à une demande de plus en plus forte et à une concurrence acharnée qui l'oblige toujours de diversifier l'offre et présenter de nouvelles opportunités pour les touristes. La promotion touristique est précisément celle de ces dernières années, à porter aussi bien sur le marché national que sur le marché international ; une politique émanant du potentiel et de la valeur que pourrait générer le tourisme interne, longtemps négligé lors des plan touristiques marocains.

Au cours de cette étude, nous allons mettre l'accent sur de multiples points, à savoir:

- La contribution du tourisme interne à la relance du secteur touristique

- Les motifs et Freins de voyage chez les touristes internes
- Le comportement et les traditions des touristes nationaux
- Le développement de leurs arrivées en recensant des statistiques récentes
- Les décisions prises par le gouvernement en faveur de ce marché prometteur

### Fondements théoriques et sujet de recherche

#### Définitions des concepts clés

**Le concept du tourisme du Tourisme interne:** Selon l'Office Mondial de tourisme (OMT), «le tourisme un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour des affaires. Ces personnes sont appelées des visiteurs (et peuvent être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou des non-résidents) et le tourisme se rapporte à leurs activités, qui supposent pour certaines des dépenses touristiques.»<sup>1</sup> Pour le même organisme

le Tourisme interne comprend les activités d'un visiteur résident dans les limites du pays de référence, dans le cadre d'un voyage de tourisme interne ou d'un voyage du tourisme émetteur .par contre le tourisme intérieur comprend le tourisme interne plus le tourisme récepteur, soit les activités des visiteurs résidents et non-résidents à l'intérieur du pays de référence dans le cadre de voyages du tourisme interne ou international.2

### Le concept de la destination touristique

Auteurs	Définitions
Middleton (1988)	La destination touristique se compose de cinq composantes: 1) Les attractions naturelles d'un site; 2) Les facilités et les services; 3) La facilité d'accès pour ce site; 4) L'image construite afin d'attirer les touristes vers ce site; et 5) Le coût total de vacances.
Hu & Ritchie (1993)	Comme tout autre produit de consommation, la destination touristique est l'emballage des services touristiques. Elle est composée d'un nombre d'attributs multidimensionnels.
Laws (1995)	La destination touristique est la place où les individus passent leurs vacances. Les trois éléments clés sont : la place, les personnes et les vacances.
Seaton & Bennett (1996)	Les individus veulent visiter une autre place où on leur offre le transport, l'hébergement, la nourriture ainsi que le divertissement.
Cooper, Fletcher, Gilbert, & Wanhill (1998)	L'ensemble des services qui peuvent satisfaire les besoins des touristes. La destination inclut la demande, le transport, la distribution, et le marketing.

**Contexte et intérêt du sujet:** Le tourisme interne est un levier de développement du tourisme national ainsi un générateur de profits très considérables. D'ailleurs plusieurs pays ont tiré profit du tourisme interne pour développer leurs industries de tourisme par Exemple la France avec un tourisme interne qui représente plus ou moins 80% des revenus générés par ce secteur. Le Maroc depuis longtemps a raté l'occasion de saisir cette opportunité mais dernièrement il a découvert que ce segment est générateur de profit pour cela il a essayé de faire des efforts remarquables aussi de lancer des plans afin de répondre plus directement à cette clientèle. Et selon le ministre de tourisme M. Lahcen HADDAD dans son intervention dans un séminaire consacré à la présentation des résultats de l'Enquête National sur le Tourisme interne organisé le 23 Novembre 2015 à Casablanca « le tourisme interne contribue au bien-être de nos concitoyens, et qu'il offre aux marocains l'opportunité et le droit de connaître leur pays et d'être fiers de ses richesses et de sa diversité». Il a également mis en exergue la bonne santé du Tourisme interne qui se positionne actuellement comme 2ème marché émetteur avec un Chiffre d'affaires d'environ 31 milliards de Dhs et un volume de nuitées dans les EHTC de 5.3 millions (soit une croissance de + 2.40% par rapport à 2013)3.Le Maroc offre à ses touristes internes quatre grands produits qui répondent à leurs besoins et attentes:

- Le balnéaire: avec une côte maritime de 3500 Km et plusieurs stations balnéaire à titre d'exemple Agadir, Tanger, Saidia, ...
- Le culturel: le Maroc dispose de plusieurs sites historiques, monuments, villes impériales, etc. sans oublier les Moussemes et les festivals qui attirent les touristes internes.
- Le naturel: la découverte des paysages naturels extraordinaire ainsi faire des promenades dans des sites naturels (par exemple la forêt de Maamoura qui accueille de nombreux visiteurs internes.
- Le thermalisme: le Maroc est connu depuis longtemps par un tourisme de thermalisme aux stations les plus connues du royaume (exemple: Moulay Yacoub et Sidi Hrazem).

Mais lors de la conception de la vision 2020 le Maroc a traité la composante tourisme interne dans l'un de ces plans de développement. A savoir plan Biladi, un programme pour objectif de répondre aux attentes des marocains en leur offrant un produit adapté

tenant compte de leurs habitudes et de leur manière de voyager. La «Vision 2020» prévoit, à travers le programme «Biladi», le développement d'une série de stations touristiques assorties de produits et de prix adaptées au profil des voyageurs nationaux. Les stations s'étalent sur des superficies allant de 25 à 45 hectares et proposent des résidences hôtelières horizontales (des appartements au prix de 300 à 500 dirhams par jour), des résidences verticales (des appartements au prix de 200 à 400 dirhams par jour) et des campings touristiques (de 100 à 150 dirhams par jour). 4 Le Maroc a choisi de faire valoir le secteur touristique pour en rendre son principal moteur de développement socio-économique, car il se positionne actuellement comme 2ème marché émetteur avec un chiffre d'affaires d'environ 31 milliards de Dhs et un volume dans les EHTC de 5,3millions (selon le ministère du tourisme), de surcroît, il contribue au développement à travers le bien-être des concitoyens en offrant aux marocains l'opportunité de connaître leur pays et d'être fiers de ses richesses et diversité.

**Problématique de la recherché:** Le Maroc essaie d'attirer les touristes nationaux par la diversification de ses offres consacrées à ce type de touriste, il propose de les fidéliser pour une rentabilité future. Actuellement, il commence à jeter la lumière sur le tourisme interne, car il constitue un marché important de demain. En effet, si les touristes internes ne se renouvellent pas, le Maroc rencontrera des problèmes. Il doit s'intéressé aux touristes internes pour s'adapter à leurs besoins, leurs envies, leurs habitudes de consommation ainsi que leurs budget. De ce fait les parties prenantes du secteur touristique marocain devront réagir à ce propos parce qu'ils sont l'avenir du tourisme marocain. Pour cela, il est utile de savoir comment attirer beaucoup plus de clients à travers l'étude quantitative que nous allons mener pour connaître les motifs et motivations des touristes internes de la destination Agadir, afin d'avoir une rentabilité future.

Dans cette perspective nous allons répondre aux questions suivantes:

- Quels sont les motifs qui poussent les touristes à exercer le tourisme interne au Maroc, plus précisément à la destination Agadir?
- Quels sont les obstacles qui freinent les touristes internes à conquérir leur pays?
- Comment favoriser le tourisme interne en temps de crise?
- Comment adopter une relance du secteur touristique à travers le tourisme national?

**Objectifs de la recherché:** L'objectif de cette étude est de participer, en quelque sorte « en temps réel », à l'étude du tourisme interne dans la destination Agadir, ses états des lieux et les mesures prises pour le favoriser. A travers cette étude et de manière plus générale, il s'agit aussi d'apporter une contribution à la réflexion en cours à l'échelle nationale sur l'importance, la place et le rôle de la relance du tourisme interne comme levier du développement de la destination touristique d'accueil, au moment où le modèle « dominant » du tourisme international de masse est remis en cause dans ses effets sociaux, économiques et/ou environnementaux, et plus récemment par la crise sans précédent du secteur engendrée par la crise sanitaire planétaire de l'épidémie de Coronavirus et la crise de la guerre Russe-Ukraine. Ainsi que de documenter le tourisme interne, en le mettant en perspective par rapport à la politique de relance mise en œuvre du pays destination « le Maroc » et par rapport à la transformation globale du système touristique, diversification de l'offre et des pratiques afin de satisfaire les touristes internes dans la destination Agadir. Il s'agira notamment:

- D'identifier les parties politiques et socioéconomiques qui sont impliqués dans l'offre destinée aux touristes internes.
- De caractériser les pratiques et les motivations des touristes internes (durée, activités, attentes, sociabilités...) et les destinations préférentielles (sites, territoires, itinéraires...).
- De définir le concept de la satisfaction, précisément pour les touristes nationaux, dans le contexte de la destination touristique Agadir.

- De trouver les mesures permettant de créer, développer et maintenir de l'engagement des touristes nationaux envers la destination Agadir par la satisfaction auprès des touristes potentiels comme actuels.

**Méthode et Résultats de la recherche**

**Méthodologie de la recherche:** Pour répondre à l'ensemble des questions posées précédemment nous avons opté pour une méthode quantitative, celle du questionnaire qui va nous permettre de réunir l'ensemble des données nécessaires pour la résolution de notre problématique. Notre enquête a débuté par diffuser notre questionnaire auprès d'un échantillon composé de 117 touristes internes de la ville Agadir. L'objectif de notre travail de recherche consiste donc à trouver une réponse à notre thème d'étude, et établir des réflexions profondes relatives au sujet du tourisme interne en offrant la possibilité aux parties prenantes de se reposer sur les motivations de ce type de touristes, à mieux les connaître pour rendre le territoire marocain plus compréhensif envers ces touristes.

**Analyse du questionnaire destiné aux touristes internes**

**A/ Echantillonnage**

**Taille:** 117 touristes marocains visitant la ville d'Agadir  
**L'enquêteur:** Doctorante en 1<sup>ère</sup> année à l'ENCG Agadir

**B/ Analyse et interprétation des résultats du questionnaire destiné aux touristes internes de la destination Agadir:**

L'analyse des résultats obtenus vont nous aider efficacement à donner des suggestions pertinentes afin de surmonter les obstacles qui sont liés à notre problématique. L'analyse va suivre l'ordre des questions comme sur le questionnaire en annexe.

**vous êtes ?**

Cette étude s'est étalée sur un échantillon de 117 touristes internes dont 51,3% sont des hommes et 48,7% sont des femmes, de ce fait nous remarquons que les deux optent pour le voyage interne.



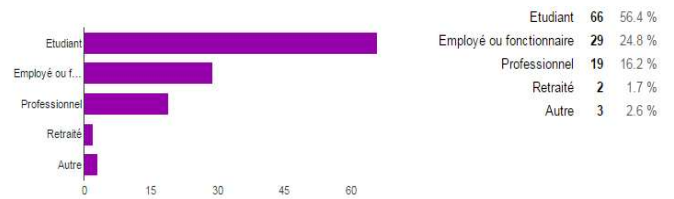
**Quel est votre âge ?**

76.9% de l'échantillon sont des touristes âgés entre 20-35 ans, suivi d'un pourcentage de 17.1, âgés entre 36-50, puis la catégorie d'âge qui sont plus que 51 représente que 3,4% et enfin que 2.6% sont des touristes âgées de moins de 20 ans.



**Quelle est votre profession?**

Nous constatons que les étudiants représentent 56,4% de l'échantillon suivi des employés et fonctionnaires avec 24,8%, professionnel avec 16,2%, les retraités avec 1,7% et finalement autres catégories avec 2,6%.



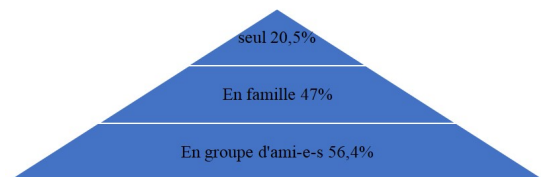
**Combien de fois voyagez-vous par année ?**

45% des touristes voyagent entre 2 et 3 fois, 33.3% voyagent plus de 3 fois par année et 21.6 % voyagent une fois seulement.



**Comment voyagez-vous ?**

Le voyage en famille et le voyage avec des amis sont les deux types de voyage préféré par les touristes avec, respectivement, 47% et 56,4% suivis par le voyage sans compagnie avec 20,5%.



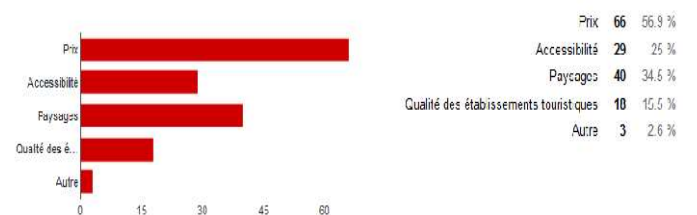
**Comment choisissez-vous votre destination ?**

Les suggestions de la famille et des amis viennent au premier rang avec 71.7% peut être expliqués par la confiance en ces sources d'informations, suivies par les recherches effectuées sur internet (réseaux sociaux, sites internet et blogs...).



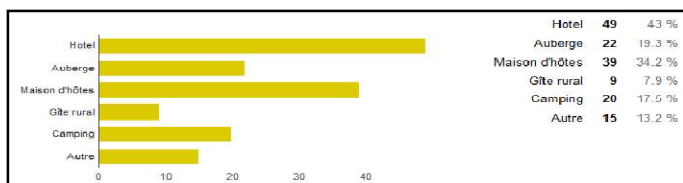
**Quels sont les critères qui influencent votre choix ?**

Le critère qui influence le plus le choix de la destination est le prix des prestations touristiques selon notre enquête avec un pourcentage de 56.9%, ensuite, 34.5% ont répondu que le paysage influence le choix, l'accessibilité est un critère important selon 25% des réponses. La qualité des établissements touristiques influence le choix selon 15.5%. Le critère économique est alors décisif dans le choix de la destination du voyage.



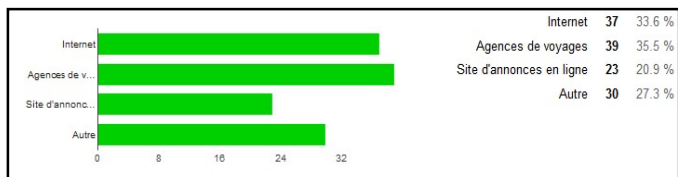
**Quel type d'établissement touristique choisissez-vous ?**

43% de touristes choisissent les hôtels, suivi des maisons d'hôtes avec 34.2% des réponses, les auberges viennent à la troisième place avec 19.3% des réponses suivi des campings et des gîtes ruraux avec respectivement 17.5% et 7.9%.



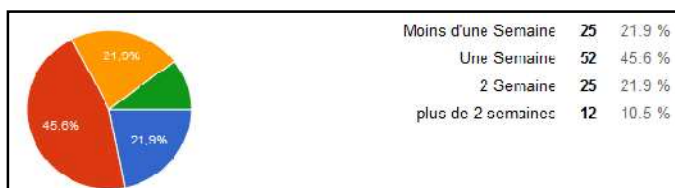
**Comment effectuez-vous votre réservation ?**

Les agences de voyage est le moyen le plus utilisé pour effectuer des réservations avec 35.5% des réponses, internet occupe également une place importance avec 33.6 % suivi des sites d'annonces. Le e-commerce au Maroc a connu un développement important ces dernières années ce qui explique pourquoi les marocains utilisent internet pour effectuer lesréservations.



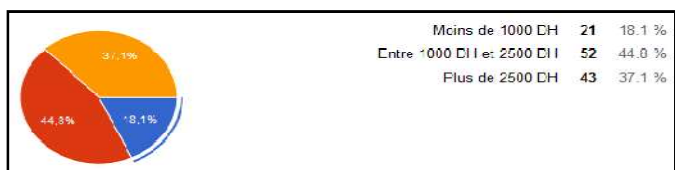
**Quelle est la durée moyenne de votre séjour ?**

La durée moyenne du séjour est une semaine selon 45.6% des touristes internes de la le grand Agadir qui ont répondu à notre questionnaire, alors que 21.9% est la réponse pour la durée de moins d'une semaine et la durée de deux semaines et enfin 10.5% des réponses pour une durée moyenne de plus de 2 semaines.



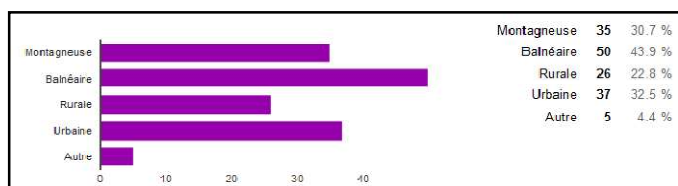
**Quel est votre budget moyen par voyage ?**

44.8% des touristes voyagent avec un budget entre 1000 dhs et 2500 dhs, alors que 37.1 % consacre un budget de plus de 2500 dhs pour leur voyage et enfin 18.1% consacrent moins de 1000dhs pour voyager.



**Quel type de destination préférez-vous ?**

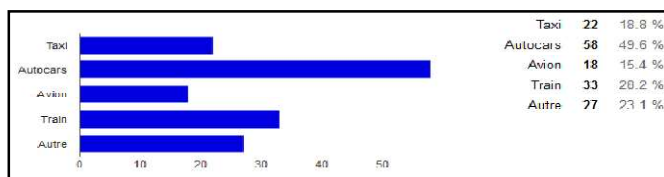
Les stations balnéaires viennent au premier lieu comme destination préférée avec un pourcentage de 43.9%, les destinations urbaines viennent en deuxième place avec 32.5%, 30.7% préfèrent les zones montagneuses et les zones rurales ont eu 22.8%.



**Quel moyen de transport utilisez-vous pour voyager ?**

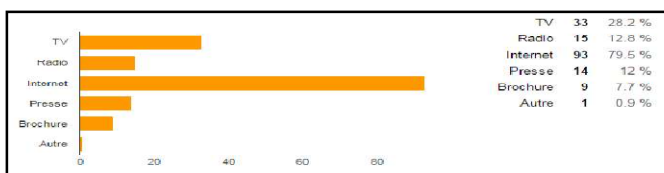
L'autocar est le moyen le plus utilisé avec 49.6% des réponses, le train vient à la seconde place avec 28.2% des réponses, le taxi vient à

la troisième place avec 18.8% et l'avion est utilisé par 15.4%, et enfin 23,1% ont motionné l'automobile comme moyen de transport utilisé pour voyager.



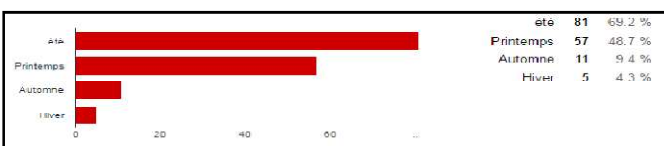
**Quels sont les moyens d'information et de communication que vous consultez le plus avant de voyager ?**

Nous constatons que 79,5% des touristes utilisent l'internet, suivi de 28,2% qui utilisent la TV, alors que 12,8% s'informe de la radio, et 12% ont mentionné la presse comme moyen d'information, et enfin 7,7% pour les brochures.



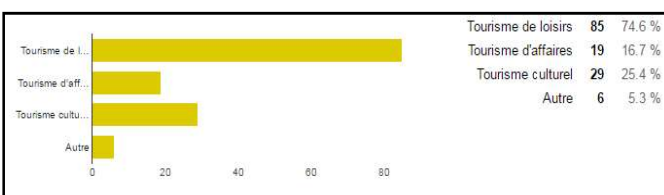
**Quelle saison préférez-vous pour pratiquer le tourisme ?**

Nous remarquons que 69,2% des personnes enquêtées préfèrent pratiquer le tourisme en été, suivi de 48,7% préfèrent la saison du printemps, 9,4% préfèrent l'automne et enfin 4,3% préfèrent l'hiver. Cela s'explique, du fait que la destination est balnéaire donc les touristes aiment le climat estival qui y règne.



**Quels sont les différents types de tourisme que vous choisissez ?**

74,6% des touristes exercent le tourisme de loisirs, 25,4% optent pour le tourisme culturel, suivi de 16,7% pour le tourisme d'affaires et enfin 5,3% pour d'autres types de tourisme. Parce que généralement la destination de la le grand Agadir est connue par le balnéaire.



**Comment trouvez-vous les prix du tourisme national (cas de la destination Agadir)?**

47,4% déclarent que les prix des prestations touristiques offertes par la le grand Agadir sont plus chères par rapport à leurs pouvoirs d'achat, suivi de 44,8% disent que les prix sont adéquats, et le reste dit que c'est moins cher.





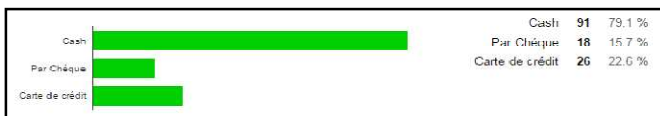
## Comment évaluez-vous l'offre touristique destinée aux touristes internes (cas de la destination Agadir)?

En fait, 57,9% des touristes questionnés jugent que l'offre touristique destinée aux touristes internes dans la le grand Agadir est moyennant adaptée à leurs attentes, avec un pourcentage de 42,2% partagé entre les personnes qui disent que l'offre est bien adaptée et les autres qui disent totalement le contraire.



## Quel moyen de paiement utilisez-vous ?

79,1% des touristes internes payent cash, 15,7% payent par chèque, et le reste paie par carte bancaire.



## Recommandations

Après l'analyse et l'interprétation des résultats de l'étude quantitative faite sur terrain et dans le but de contribuer à l'amélioration du tourisme interne marocain, spécialement de la destination Agadir, nous proposons les recommandations suivantes:

- Faciliter les méthodes de paiement en ligne et protéger le consommateur marocain à travers un arsenal juridique qui lui rend confiance de payer électroniquement.
- Prendre en considération la nature de la société marocaine qui voyage en famille par les établissements touristiques, de ce fait, adapter les prix à cette catégorie.
- Faire connaître les autres types de tourisme auprès des touristes marocains, comme le tourisme solidaire ou encore le tourisme culturel au lieu de se contenter du balnéaire et du tourisme de loisirs en général.
- Il faut faire plus d'effort de la part des hôteliers de la destination Agadir par le consentement à développer des forfaits à des prix intéressants pour toute la famille, sachant que le touriste marocain voyage en famille.
- Les agences de voyages de la destination Agadir doivent jouer le rôle d'intermédiaire entre le touriste marocain et le prestataire de service touristique et organiser également des voyages au forfait auprès des clients marocains aussi, et doivent s'intéresser à leurs attentes et leurs offrir des produits convenables à leurs besoins à des prix abordables.
- Le gouvernement devra mettre la main à la poche en octroyant une enveloppe pour servir à renforcer l'accès par le touriste national à différentes structures d'hébergement à des prix compétitifs et à travers un circuit de distribution innovant, intégrant notamment des offres combinées transport-logement. Cette opération de promotion va doper l'offre interne grâce à cette action.

## CONCLUSION

Le Maroc regorge des potentialités et d'atouts touristiques diversifiés: tourisme balnéaire, culturel, d'affaires, sportif, et une gastronomie très bien réputée à l'échelle internationale. Il se trouve dans une région qui est par essence réceptive de flux touristiques, et sa proximité des pays européens, importants voire émetteurs des touristes.

En effet, le tourisme international joue un rôle important dans l'industrie touristique, mais il ne faut surtout pas négliger le tourisme national qui, à long terme, doit être le premier contributeur dans les recettes touristiques du pays. Aujourd'hui, l'offre doit être diversifiée en tenant compte aussi des besoins d'une classe moyenne multiple. La classe moyenne est maintenant segmentée pour avoir des offres propres à chacune des populations cibles. Ce qui a sauvé le Maroc en 2011 ce sont les touristes marocains (d'après LAHCEN HADDAD). De ce fait, nous devons bien accorder une grande importance à ce marché. Et d'en tirer profit et opter pour des packages plus élaborés par d'autres destinations étrangères comme le cas de la Turquie qui attire de plus en plus de marocains par des packages à des tarifs plus élaborés.

## REFERENCES

### Ouvrages:

- Anthony SIMON. « Tourisme Fondamentaux et techniques » Edition Dunod, 2019.
- Marc BOYER. « Histoire de l'invention du tourisme XVI- XIXème SIÈCLES » Éditions de l'Aube, 2000
- Marc BOYER. « Le tourisme en l'an 2000 » Presses universitaires de Lyon, 1999.
- Arthur HAULOT. « Tourisme et société », Édité par Jean-Michel Decroly, Anne-Marie Duquesne, Roland Delbaere, Anya Diekmann Contributions de Georges Cazes, Florence Deprest, Jean-Michel Dewailly, Marie-Françoise Godart, Eric Hellendorff, Louis Jolin, Robert Lanquar, Mario Ruffino, Klaus Weiermair, Jeffrey West. Edition 2006 par de l'Université de Bruxelles.
- Jean RIEUCAU et Jérôme LAGEISTE. « L'empreinte du tourisme : contribution à l'identité du fait touristique » 2006 Paris, L'Harmattan.
- Rémy KNAFOU. « Sauver nos vacances sans détruire le monde » Edition Faubourg, 2021.
- Agathe POUPENEY, Anouche DER SARKISSIAN et Nathalie VEG-SALA. « Hôtellerie et restauration de luxe: Connaitre, travailler, progresser » Edition Vuibert, 2020.
- Brice DUTHION et Cyrille MANDOU. « L'innovation dans le tourisme: culture numérique et nouveaux modes de vie » Edition De Boeck Supérieur, 2016.
- Christophe LACHIEZE. « Droit du tourisme » Edition LexisNexis, 2020.
- Christian BATAILLOU, Bernard SCHEOU. « Tourisme et développement: Regards croisés », Presses universitaires de Perpignan, 2021.

### Webographie

- <http://media.unwto.org/fr/content/comprendre-le-tourisme-glossaire-de-base>
- <http://www.tourisme.gov.ma/fr/actualites/le-tourisme-interne-objet-d%E2%80%99une-journ%C3%A9e-d%E2%80%99%C3%A9tude-organis%C3%A9e-%C3%A0-casablanca>
- <http://maroctouristique.canalblog.com/>
- <http://www.tourisme.gov.ma/fr/actualites/le-tourisme-interne-objet-d%E2%80%99une-journ%C3%A9e-d%E2%80%99%C3%A9tude-organis%C3%A9e-%C3%A0-casablanca>
- <https://teoros.revues.org/778>
- <http://www.abhato.net.ma/maalama-textuelle/developpement-economique-et-social/developpement-economique/tourisme/tourisme-interieur/tourisme-interne-marocain-roue-de-secours-ou-veritable-strategie>
- PDF- Le tourisme interne en tant que levier de croissance pour le secteur; Direction des Etudes et des Prévisions Financières DEPS/SATES (Page 18)