



HAL
open science

Attractivité Touristique et Logistique Territoriale : Cas d'Etude de la Ville de Marrakech

Ouafae Ouariti Zerouali Ouariti, El Mehdi Jebrane

► **To cite this version:**

Ouafae Ouariti Zerouali Ouariti, El Mehdi Jebrane. Attractivité Touristique et Logistique Territoriale : Cas d'Etude de la Ville de Marrakech. IOSR Journal of Business and Management, 2019, 21, pp.49 - 58. 10.9790/487X-2106024958 . hal-02423773

HAL Id: hal-02423773

<https://hal.science/hal-02423773>

Submitted on 8 Jan 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Attractivité Touristique et Logistique Territoriale : Cas d'Etude de la Ville de Marrakech

Zerouali Ouariti Ouafae, Jebrane El Mehdi*

Equipe de Recherche en Economie de Transport, Technologies de l'information et Logistique - ERETTLOG

Ecole Nationale De Commerce Et De Gestion Agadir – Maroc

Corresponding Author ; Jebrane El Mehdi

Abstract: *Despite the global competition of the current context, the global economic boom is struggling to recover even though the upswing prospects of the growth cycle. All the indices available to date show a particular gap between the expected performance of the activities and their dynamics. More particularly, the tertiary sector, where there is evidence of a specific monopoly of investment. This situation is generally reflected by the lack of competitiveness of some countries.*

Moreover, the tourism sector is no exception to this rule either. Indeed, in market economies, tourism is one of the main drivers of development. This sector makes it possible to stimulate growth as soon as a certain number of factors combine to offer a favorable territorial attractiveness to its advancement and expansion. Hence the notion of territory which becomes essential. So much so, that the following problems arise: "how to develop the tourist attractiveness of a destination? And can we contribute in destination attractiveness via transportation and logistics infrastructure development?"

Therefore, we have conducted a case study on the city of Marrakech to identify the impact of the development of transport and logistics infrastructure on tourism attractiveness during the last 20 years via the regression analysis univariate linear and the correlation coefficient.

Keywords: *Tourism, Logistics, Territory, Attractiveness, Infrastructure, Transportation.*

Date of Submission: 27-05-2019

Date of acceptance: 11-06-2019

I. Introduction

Le tourisme «évoque généralement les vacances, la détente, le plaisir et tous les aspects de divertissement qui y sont liés» (Zerouali Ouariti et Hamri, 2014) et constitue un phénomène composé de deux éléments essentiels : une origine et une destination. Le premier est représenté par les touristes ou les demandes touristiques et le second est décrit comme une offre touristique (Uysal, 2000). Les deux composantes forment ensemble le système de tourisme, résultat de l'interaction de l'offre et de la demande.

En particulier, l'analyse de la demande peut porter sur le touriste et ses caractéristiques. L'offre concerne les attractions et les attributs du produit touristique. Ainsi, pour appréhender l'attractivité d'une destination touristique «il est important d'analyser les éléments de son offre » (El Hafid; El Assri et Sair, 2018). Et en ce qui concerne ces éléments et leur impact sur l'attractivité des destinations, les chercheurs (Chew, 1987; Gunn, 1988; Inskeep, 1991; Martin et Witt, 1988, entre autres) ont souvent affirmé que la capacité en infrastructures d'un pays était un facteur déterminant de l'attractivité d'une destination de voyage.

Plus précisément, l'infrastructure de transport, qui constitue la base fondamentale des services de transport, est considérée comme un facteur déterminant. Á cet égard Kaul (1985) perçoit le rôle de la performance des transports comme un élément important d'un développement touristique réussi et affirme que « les transports jouent un rôle important dans la création et le développement réussis de nouvelles attractions ainsi que dans la croissance saine des attractions existantes». La mise en place de moyens de transport raisonnables a transformé les centres d'intérêt des voyageurs en centres dynamiques et prospères, attirant un grand nombre de personnes. Chew (1987), Abeyratne (1993) et Prideaux (2000) ont également avancé que la mise en place d'infrastructures de transport était une condition préalable au développement du tourisme.

Bien que de nombreux auteurs reconnaissent la nécessité d'un transport productif en tant que composante générale d'un programme de développement touristique réussi, peu de travaux ont été entrepris pour explorer l'importance du transport en tant que facteur d'attractivité d'une destination.

Par conséquent, cet article analyse les déterminants de l'attrait du tourisme en mettant l'accent sur le capital de transport en tant qu'apport potentiel dans l'équation du tourisme via l'étude d'un nouveau concept appelé « logistique territoriale » qui met l'accent sur l'impact du développement des infrastructures de transport et de logistique sur un territoire attractif, d'où une destination touristique attrayante.

En outre, le fond bibliographique sur ce sujet laisse entrevoir l'hypothèse selon laquelle le

développement de l'attractivité touristique par le biais de la logistique et des transports pourrait constituer un axe d'investigation probable. Ainsi, le but de cet article est donc d'une part, de démontrer de façon bibliographique l'impact du développement d'une infrastructure logistique sur l'attractivité du tourisme et d'autre part, de manière empirique, élaborer un cas d'étude démonstrative (statistique) sur le cas de la ville de Marrakech permettant d'illustrer la dépendance entre ces deux variables (logistique/transport et tourisme).

II. Attractivité des destinations touristiques

Au cours des 40 dernières années, les chercheurs en tourisme ont essayé de nombreuses manières d'explorer les dimensions de l'attractivité d'une destination. L'une des méthodes populaires consiste à examiner les attributs associés à la destination. Trouvant son origine dans le verbe latin « atrathere », qui signifie attirer (Gunn, 1987), la notion d'attractivité de la destination a été conceptualisée pour la première fois par Mayo et Jarvis (1981) à travers une étude qui la relie au processus de décision du voyageur et les avantages spécifiques dérivés par les voyageurs.

En effet, l'attrait de la destination touristique reflète généralement les croyances, les sentiments et les opinions des individus sur la capacité perçue d'une destination touristique à satisfaire ses besoins particuliers en vacances. Ainsi, il a été spécifiquement défini comme une combinaison de « l'importance relative des avantages individuels et de la capacité perçue de la destination à offrir des avantages individuels » (Mayo EJ et Jarvis LP, 1981).

Raisonnablement, plus un touriste pense qu'une destination de voyage satisfera ses besoins en vacances, plus la destination sera attrayante et plus elle aura de chances d'être visitée. Cette capacité est augmentée par les attributs spécifiques d'une destination qui constituent les tributs de destination tels que des attractions, des infrastructures ou des services. Hu et Ritchie (1993) ont confirmé qu'une destination touristique associe donc à la fois ses attributs, principalement des installations touristiques, et des services.

Ces attributs comprennent tous les éléments « d'un lieu non familial qui éloignent les voyageurs discrétionnaires de leur domicile » (Lew, 1987, p. 554) et sont perçus comme les « facteurs d'attraction » qui poussent un individu à choisir une destination plutôt qu'une autre une fois que la décision de voyager a été prise (Dann, 1977). Ils comprennent toute la gamme d'installations et de services offerts localement, ainsi que l'ensemble des ressources socioculturelles, environnementales et des biens publics (Buhalis, 2000). Laws (1995) a classé ces attributs de destination en deux grandes catégories.

La première catégorie comprend des caractéristiques innées telles que les ressources naturelles, l'architecture historique, le climat, l'écologie et la culture. Les caractéristiques secondaires sont les développements introduits en particulier pour les touristes, tels que les hôtels, la restauration, les transports, les activités et les divertissements. Il a en outre affirmé que le but principal des touristes est de profiter des attributs principaux plutôt que des autres, mais que les attributs secondaires sont nécessaires pour renforcer l'attractivité de la destination.

De la même manière, Van Raaij (1986) considérait une destination touristique comme un ensemble d'attributs qui sont en partie « donnés » et en partie « artificiels » ; fabriqués par l'homme. Dans la partie « donnée », il existe plusieurs caractéristiques naturelles d'une destination touristique, telles que le climat, les paysages, les plages, les montagnes, les bâtiments historiques et culturels, etc. Dans la partie « artificielle », il existe des fonctionnalités telles que des installations pour les hôtels et les transports, des voyages à forfait et des installations pour les sports et les loisirs, qui peuvent être adaptées aux préférences des clients, dans les limites de leur budget.

Kim (1998) énumère plusieurs autres facteurs ayant une incidence sur l'attractivité d'une destination. Ce sont des environnements propres et paisibles, la qualité des installations d'hébergement, les équipements destinés aux familles, la sécurité, l'accessibilité, la réputation, les divertissements et les activités de loisirs.

Pour tenter de saisir les principaux déterminants de l'attractivité des destinations, Genest et Legg (2003) identifient trois dimensions de l'attractivité : le produit, la performance et l'avenir. Ils font valoir qu'une destination de premier choix est celle qui fournit un produit et une expérience touristiques de qualité. La dimension de la performance est mesurée par le nombre de visites et la dimension future est soutenue par le marketing, le renouvellement du produit et la gestion efficace des capacités de destination.

De même, Hamri, Zerouali Ouariti et Sadiqui (2014) ont résumé les facteurs d'attractivité du territoire en cinq catégories :

- Environnement économique, technique et financier
- Ressources humaines
- Organisation et les acteurs
- Qualité de vie
- L'image du territoire

Comme il ressort de cette analyse, l'attractivité d'une destination est déterminée par ses attributs uniques. L'importance de ces attributs aide les gens à évaluer l'attractivité d'une destination et à faire des choix de destination. Plus une destination est en mesure de satisfaire les besoins de ses visiteurs, plus elle est perçue comme étant attrayante et plus grande sera sa probabilité d'être choisie comme destination finale. L'influence de l'attractivité de la destination ne se limite pas au stade de la sélection de la destination, elle influe également sur le comportement des touristes en général. Il est à noter que l'attractivité de la destination est le facteur prédictif le plus significatif de l'intention d'être revisiter par un voyageur (Kozak et Rimmington, 1998; Sparks, 2007; Um, Chon et Ro, 2006).

En d'autres termes, plus les visiteurs sont impressionnés par la destination, plus la fréquence de visite est grande. Une étude de l'impact des attributs de destination sur la fréquence des visiteurs et leur intention de revenir pourrait mettre en évidence les forces et les faiblesses d'une destination en évaluant son niveau d'attractivité. Tous ces éléments sont présentés dans le tableau 1. De plus, en l'absence d'attractivité d'une destination, le tourisme n'existerait pas et il pourrait y avoir peu ou pas besoin d'installations et de services touristiques (Kim, Lee, 2002).

Tableau 1 : Composantes de l'attractivité d'une destination touristique

<i>Group Heading</i>	<i>Criteria</i>	<i>Considerations</i>
Natural Factors	Natural Beauty	General topography, flora and fauna, proximity to lakes, rivers and sea, islands, hot and mineral water springs, caverns, waterfalls
	Climate	Sunshine, temperature, winds, precipitation, discomfort index
Social Factors	Artistic and Architectural Features	Local architecture, monuments and art museums
	Festivals	Organised music and dance festivals, sports events and competitions
	Distinctive Local Features	Native and ethnic cuisine, handicrafts and products, dress, music and dances
Historical Factors	Attitudes towards tourists	Local congeniality and treatment of tourists
	Native Historical Settlements	The existence, condition and accessibility of native settlements
	Religious Significance	The religious importance in terms of past and present religious observances and practices
	Historical Significance	The extent to which a site may be well known due to important historical events and/or legends
Recreational and Sports Facilities Shopping Facilities		Boating, canoeing, hunting, fishing, swimming, skiing, sailing, golfing, horseback riding
	Educational Facilities	Botanical gardens, aquarium, zoos, archaeological and ethnographic museums
	Facilities conducive to health, rest and tranquillity	Hiking trails, picnic and campgrounds, mineral and hot water spas
	Night-time recreation	Theatres, cinemas and other nightlife. Auto service facilities, groceries and necessities, souvenir and gift shops, handicraft shops
	Shopping Facilities	Highways and roads, water, electricity, gas, safety services, health services, communication networks, public transportation facilities and services
Infrastructure, Food and Shelter	Infrastructure above Minimal Touristic Quality	Hotels, restaurants, vacation villages, bungalows, motels,
	Food and Lodging Facilities above Minimal Touristic Quality	Package tour prices, accommodation prices, food and beverage prices, shopping prices
Prices	Level of prices	Visa requirements, resistance to tourism development
Government policies	Entry barriers	Source: Adapted from Gearing, Swart and Var (1974); Var, Beck and Loftus (1977).

Source: Adapted from Gearing, Swart and Var (1974); Var, Beck and Loftus (1977).

Source : Managing and Marketing Tourist Destinations: Strategies to Gain a Competitive Edge 2010

III. Infrastructure touristique

Les infrastructures touristiques peuvent être considérées comme des éléments physiques conçus et construits pour répondre aux besoins des visiteurs. La relation étroite qui existe entre développement touristique et infrastructure a été théoriquement établie par un certain nombre d'auteurs (Adebayo, Iweka, 2014). Certains auteurs soulignent la différence entre infrastructure et suprastructure touristiques, affirmant cette suprastructure

qui dépend de l'infrastructure. L'infrastructure touristique comprend les installations, équipements, systèmes, processus et ressources auxiliaires et complémentaires nécessaires au fonctionnement de chaque destination touristique.

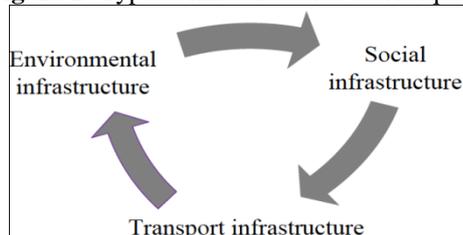
Cela comprend principalement les routes, les voies ferrées, les aéroports, etc., qui rendent une destination touristique accessible aux touristes. En outre, l'infrastructure comprend les systèmes de soins de santé, les services et les services publics. Construite sur une infrastructure, la superstructure inclut les installations de construction, qui existent uniquement en raison d'activités touristiques. Leur objectif principal est l'hébergement et la satisfaction des besoins et des désirs des touristes, sous forme d'hôtels, de campings, de restaurants, d'installations sportives, etc. (Popesku, 2011). Les infrastructures touristiques constituent la base du développement du tourisme, ainsi qu'une base pour l'utilisation des ressources de la destination. L'importance des infrastructures touristiques se reflète dans le fait qu'elles peuvent contribuer à accroître l'efficacité de la production et de la distribution de services touristiques et, dans certains cas, comme des destinations éloignées, même augmenter l'offre de services touristiques. Pour que les touristes puissent atteindre certaines destinations touristiques, il convient de disposer d'une infrastructure de transport développée, condition préalable à la consommation d'autres services touristiques de la destination elle-même. L'arrivée de touristes renforce l'efficacité des ressources humaines sur le lieu de destination, car les touristes ont besoin de certains services pour se sentir mieux pendant leur séjour à la destination touristique choisie.

En particulier, il existe une augmentation de la demande de services d'infrastructure en matière d'approvisionnement en eau, d'élimination des déchets, de communication et d'alimentation en électricité, éléments indispensables au bon fonctionnement des touristes dans la destination choisie. Les infrastructures sont définies comme la fourniture de la sécurité publique, des services de transport, des systèmes médicaux, des systèmes financiers, des systèmes éducatifs et d'autres services associés à la demande de la population, ainsi que de la demande des touristes (Ritchie, Crouch, 2005). En tant que composante du produit touristique régional, les infrastructures touristiques revêtent une importance particulière pour la croissance du tourisme à long terme et le progrès général des destinations touristiques dans la fourniture des services requis aux touristes. La littérature donne différents points de vue sur le nombre et le type de composants représentant l'infrastructure touristique.

Ainsi, selon le Forum sur le tourisme et les transports (Forum sur le tourisme et les transports, 2012), l'infrastructure touristique est la chaîne d'approvisionnement du transport, ainsi que les infrastructures sociales et environnementales qui collaborent au niveau régional pour créer une destination touristique attrayante. Les infrastructures de transport de cette chaîne offrent aux touristes un accès aux destinations des marchés nationaux et internationaux, y compris les routes, les aéroports et les chemins de fer. L'infrastructure sociale concerne les installations d'hébergement sous la forme de salles pour accueillir les touristes et d'autres structures physiques de soutien pour divers types d'activités et de services qui attirent les touristes. Cette infrastructure comprend des hôtels, des centres de congrès, des stades, des galeries et d'autres installations nécessaires. Les infrastructures environnementales constituent une valeur naturelle et désignent les parcs nationaux, les parcs marins et les réserves que les visiteurs peuvent visiter (Figure 1).

Outre ces trois types d'infrastructures, l'infrastructure touristique comprend l'infrastructure partagée, constituée d'un réseau d'organisations touristiques régionales, nationales et internationales présentes sur le marché où se trouve une destination touristique et s'occupe de la distribution de produits touristiques (Tourism Infrastructure Policy and Priorities, 2012).

Figure 1 : Types d'infrastructures touristiques

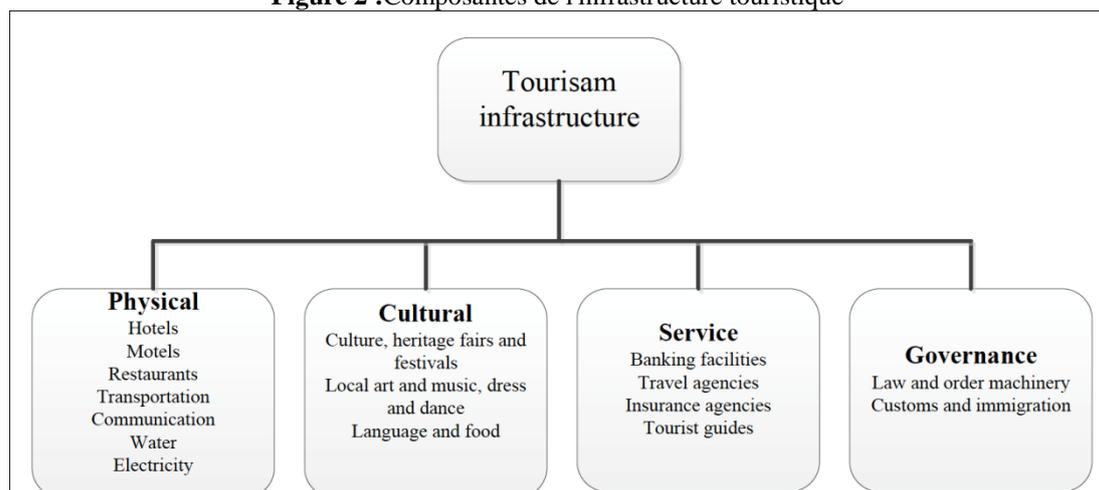


Source : Tourism & Transport Forum (TTF), (2012) Tourism Infrastructure Policy and Priorities

En plus de cette classification, la littérature mentionne souvent la classification des infrastructures touristiques en quatre catégories, à savoir la figure 2:

- Physique (Hôtels, Motels, Restaurants, Transports, Communications, Eau, Électricité);
- Culturel (culture, patrimoine, foires et festivals, arts et musique locaux, habillement et danse, langues et gastronomie);
- Service (établissements bancaires, agences de voyage, agences d'assurances, guides touristiques);
- Gouvernance (appareil judiciaire, douanes et immigration).

Figure 2 : Composantes de l'infrastructure touristique



Source: Raina, A., Ecology, Wildlife and Tourism Development: Principles, Practices and Strategies, 2005. pp. 192

IV. Infrastructure de transport

Le produit touristique a été caractérisé par plusieurs chercheurs. Murphy, Pritchard et Smith (2000) l'associent à l'analyse de l'offre et de la demande et décrivent les interactions entre les différentes composantes de la destination et les touristes. Gunn (1988) définit le produit comme une expérience de consommation complexe résultant d'un processus dans lequel les touristes utilisent plusieurs services (information, transport, hébergement et loisirs). Smith (1994) reconnaît le rôle de l'infrastructure de service dans la création d'une expérience produit. Il fait valoir que l'infrastructure de service est hébergée dans le macro-environnement plus vaste de la destination et que l'infrastructure et la technologie d'une destination sont des caractéristiques clés susceptibles d'améliorer l'expérience.

Crouch et Ritchie (1999), qui analysent le produit dans le contexte d'un avantage comparatif et concurrentiel, déclarent que la planification et le développement du tourisme ne seraient pas possibles sans routes, aéroports, ports, électricité, égouts et eau potable. Kaul (1985) est parmi les premiers à reconnaître l'importance des infrastructures de transport en tant que composante essentielle d'un développement réussi, dans la mesure où elle induit la création de nouvelles attractions et la croissance des attractions existantes. Le Groupe de travail sur le tourisme (2003) de l'Australie affirme que le transport est un élément essentiel de l'équation. Ce système est chargé de relier les régions génératrices de tourisme aux destinations et d'assurer le transport au sein de ces dernières.

Prideaux (2000) soutient qu'une destination devrait être facile à atteindre et facile à utiliser. La plupart des touristes, citoyens des pays développés, sont habitués à des infrastructures de transport modernes et performantes et s'attendent à vivre dans le pays de destination un confort similaire à celui de leur pays d'origine (Cohen 1979; Mo, Howard et Havitz 1993), sans quoi ils chercheront d'autres destinations.

1. Etudes empiriques sur la logistique territoriale et le tourisme

Les recherches évaluant le rôle des infrastructures de transport dans le développement des destinations et du tourisme sont rares. Ainsi, lorsqu'il s'agit d'analyser les infrastructures de transport d'un point de vue territorial, la logistique territoriale devient le concept clé pour mieux comprendre la complexité du système "transport et territoire". La logistique territoriale permet d'étudier l'impact à long terme des infrastructures de transport sur la structure et la compétitivité du territoire, y compris l'attractivité touristique.

Dans de nombreuses études sur le tourisme, la relation entre transport et tourisme n'est définie qu'en termes d'accessibilité, c'est-à-dire que le transport est perçu comme un lien entre les régions génératrices de tourisme et les régions de destination touristique. Certains auteurs ont examiné l'histoire du tourisme sous l'angle du développement de divers modes de transport (Dickman, 1994), tandis que d'autres (Mill et Morrison, 1985) ont adopté une perspective interdisciplinaire, considérant les transports comme l'un des nombreux éléments qui constituent le système de tourisme. Des modèles de flux touristiques ont également été développés, mais les transports jouent un rôle limité. Lundgren (1982), par exemple, envisage le transport d'un point de vue géographique et analyse les flux de tourisme entre destinations métropolitaines et rurales. Cependant, son modèle considère le transport comme un élément subsidiaire de la hiérarchie spatiale entre les destinations rurales et métropolitaines.

Pearce (1981) (cité dans Pearce, 1987) note également le rôle des transports dans le contexte de la ville en tant que relais de transit régional à partir desquels les visiteurs se rendent dans d'autres centres et lieux de villégiature. Encore une fois, le transport est reconnu, mais il est pris en compte par d'autres facteurs qui se concentrent sur le rôle des flux de voyageurs à destination et en provenance des grands centres urbains. En résumé, ces études antérieures, tout en reconnaissant le lien entre tourisme et transports, ne permettent pas d'identifier un lien de causalité spécifique.

Le premier type d'études utilise des enquêtes. Gearing (1974) étudie le cas de la Turquie en tant que destination et constate que les infrastructures (routes, eau, électricité, services de sécurité, services de santé, communications et transports en commun) sont un facteur déterminant pour expliquer les arrivées. Tang et Rochananond (1990) concluent que l'infrastructure est un élément important de la promotion de la Thaïlande en tant que pays de destination. Plus récemment, Kim, Crompton et Botha (2000) pour Sun Lost City, Afrique du Sud, et McElroy (2003) pour 51 îles, soulignent l'importance des infrastructures, en particulier financées par l'État, pour le succès d'une destination. Le deuxième type d'études repose sur l'estimation d'une équation de la demande touristique internationale.

Witt et Witt (1995) et Lim (1997) fournissent un aperçu complet de l'analyse de régression, de la spécification du modèle, des attributs et des mandataires. Le revenu dans le pays d'origine, le coût du voyage, les prix relatifs, le taux de change, les infrastructures touristiques et le niveau de développement dans le pays de destination comptent parmi les déterminants les plus courants des arrivées dans la littérature. La majorité des modèles d'études regroupent le nombre de touristes, ignorant ainsi l'effet du pays d'origine, et le rôle des infrastructures de transport dans le développement des destinations n'a généralement pas été pris en compte dans les modèles. L'analyse de régression a jusqu'à présent été largement concentrée sur les destinations des pays développés.

Naude et Saayman (2004) constituent une exception récente. Ils étudient les déterminants des flux de tourisme dans le cas des pays africains en utilisant une approche de régression par panel. En appliquant des moindres carrés ordinaires ainsi que des estimations de données de panel statiques et dynamiques, ces auteurs identifient la stabilité politique, la sécurité personnelle, les efforts de marketing et les infrastructures disponibles comme des facteurs importants s'ajoutant aux facteurs classiques de presque tous les panels analysés, à savoir: arrivées globales, arrivées d'Amérique, d'Europe et d'Afrique, respectivement.

Cependant, la mesure de l'infrastructure utilisée concerne exclusivement l'infrastructure touristique. Une étude du rôle des infrastructures de transport faisant appel à une analyse de régression en panel pour expliquer les arrivées de pays d'origine différents dans de petites économies insulaires était jusqu'à présent inexistante. La présente étude a pour but de réaliser cet exercice, comme indiqué dans le présent document, en s'attendant à ce que les résultats constituent un complément utile à la littérature existante et présentent un intérêt particulier pour les économies insulaires, dont la plupart sont fondées sur le tourisme.

V. Méthodologie

Pour ce travail, nous avons utilisé la méthode d'étude de cas qui « est appropriée pour la description, l'explication, la prédiction et le contrôle de processus inhérents à divers phénomènes, individuels ou collectifs » (Thomas, 2011 ; Woodside et Wilson, 2003), afin d'analyser l'impact du développement des infrastructures de transport sur l'attractivité touristique. Pour ce faire, nous avons choisi la ville de Marrakech.

Nous avons également adopté l'analyse de régression linéaire univariée de George Udny Yule (1900) et le coefficient de corrélation de Karl Pearson (1986) pour évaluer l'impact du développement de l'infrastructure de transport sur l'attractivité touristique des 20 dernières années.

Pour ce faire, nous avons rassemblé, d'une part, les statistiques du trafic concernant le transport aérien et terrestre dans la ville de Marrakech, émanant respectivement de l'office national des aéroports et du ministère de l'équipement, des transports, de la logistique et de l'eau. Par ailleurs, nous avons aussi collecté les nuitées dans les établissements d'hébergement de la ville de Marrakech auprès de l'observatoire du tourisme marocain.

VI. Etude de cas «L'impact de la logistique territoriale sur l'attractivité touristique de Marrakech»

Le tourisme au Maroc a une longue histoire et constitue une source importante de prospérité économique. Le Maroc dispose de plusieurs avantages importants qui lui permettent de bien rivaliser sur le marché du tourisme international (Porter et Ketels, 2008). Sa riche culture est «un mélange d'influences arabes, berbères (africaines indigènes) et aussi d'autres influences africaines et européennes» (Stanić et Plenković, 2013). Le nombre relativement élevé de touristes marocains a également été aidé par sa situation géographique, ses attractions spécifiques et ses prix relativement bas. L'industrie touristique bien développée au Maroc est un puissant moteur de la croissance économique et représente, après l'industrie des phosphates, la deuxième contribution au PIB du pays (environ 9% du PIB) et emploie environ 500.000 personnes.

Le Maroc est classé 5ème sur la liste mondiale en termes de priorités gouvernementales pour le développement de l'industrie du tourisme et des voyages (Forum économique mondial, 2017). Le Maroc est une destination touristique stable et n'a pas beaucoup souffert des révolutions du Printemps arabe (Saeid et al., 2012), ni des dernières attaques terroristes auxquelles le monde a été confronté. Le tourisme au Maroc est principalement axé sur deux villes, Marrakech et Agadir, ce qui représente plus de la moitié des nuitées internationales.

En effet, avec plus de 2,6 millions d'arrivées de touristes enregistrées entre janvier et décembre 2018 (Office national marocain du tourisme), Marrakech est sans aucun doute la capitale du tourisme au Maroc et en Afrique du Nord. Surtout avec le dernier souffle de développement des infrastructures de transport que la ville a connu au cours des 20 dernières années.

Afin d'appréhender ce phénomène, nous avons analysé l'attractivité touristique de la ville de Marrakech au cours des 20 dernières années à travers les nuitées dans les établissements d'hébergement et nous l'avons comparé au développement des infrastructures de transport comme l'autoroute A7 reliant la ville de Casablanca à Marrakech et l'aéroport de Marrakech Menara, dans le tableau 2.

Tableau 2 : Evolution des nuitées et du trafic de passagers à Marrakech 2000-2018

Year	Car/Day (Highway Traffic)	Car/Year (Highway Traffic)	Transportation Infrastructure Development	Passenger/Year (Airport Traffic)	OvernightStays/Year
2000	-	-		1.411.700	3.150.000
2001	-	-		1.393.015	3 576 638
2002	-	-		1.349.363	3.161.000
2003	-	-		1.368.281	3.845.014
2004	-	-		1.667.267	4.185.014
2005	-	-	Readjustment Terminal T2 (2005)	2.195.899	5.333.831
2006	-	-		2.373.863	5.684.532
2007	-	-	Construction Highway A7 (2007)	2.821.207	5.950.409
2008	8.000	2.920.000	Construction Railway Station Marrakesh City (2008)	2.901.269	5.573.529
			Readjustment Terminal T2 (2008)		
2009	9.000	3.285.000		2.799.840	5.533.834
2010	10.500	3.832.500		3.259.203	6.357.891
2011	10.725	3.914.625		3.278.201	5.754.482
2012	11.000	4.015.000		3.218.742	5.917.921
2013	11.941	4.358.465		3.654.532	5.918.055
2014	12.403	4.527.095		3.848.212	6.000.000
2015	13.054	4.764.710		3.978.725	6 260 132
2016	13.922	5.081.530	Construction Terminal T3 (2016)	3.894.227	6.640.000
2017	15.000	5.475.000		4.359.865	7.170.000
2018	16.240	5.927.600		5.279.575	7.860.000

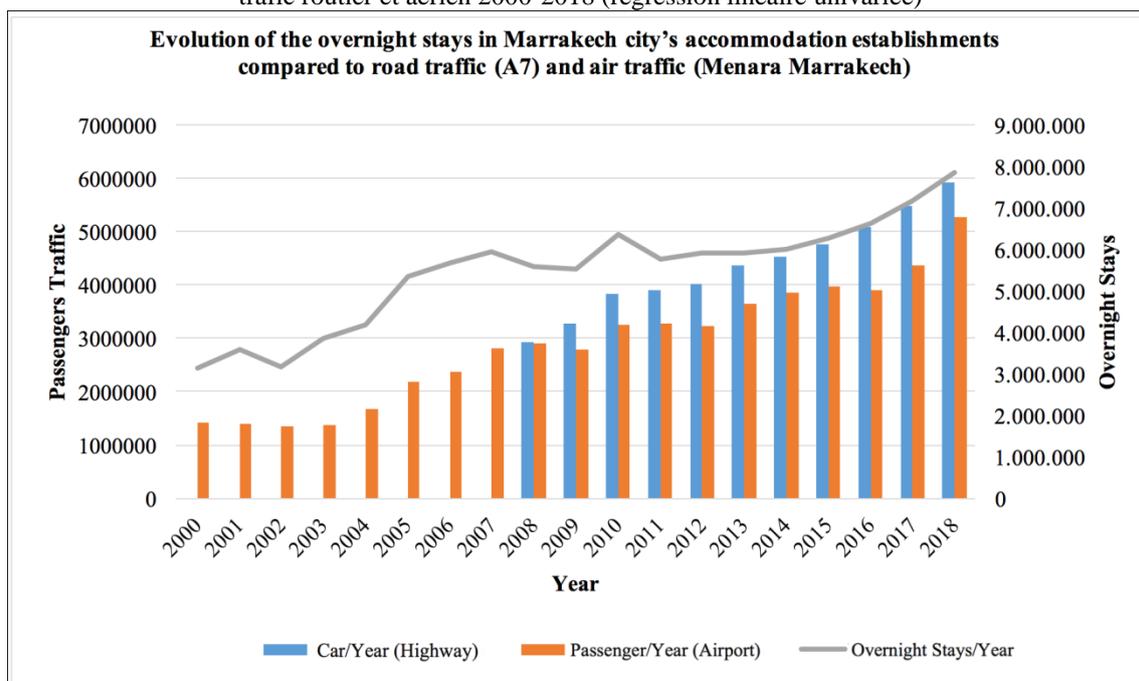
Source: Réalisation personnelle¹

L'analyse des chiffres du tableau montre explicitement l'impact du développement des infrastructures de transport sur l'évolution de l'attractivité touristique de Marrakech, où, après chaque développement d'infrastructures aériennes ou terrestres, le nombre de passagers augmente et le nombre de nuitées suit la tendance. Cela dit, il convient de noter que la période choisie a été marquée par d'importants événements qui ont eu une influence négative sur l'évolution de la courbe des nuitées (attaques du 11 Septembre, l'attaque d'Argana, crise économique de 2008, etc.). Il est clair qu'il existe une régression linéaire explicite entre le développement d'infrastructures de transport caractérisées par les fluctuations positives du trafic et le nombre de nuitées, notamment entre 2004 et 2005, où les nuitées ont enregistré une augmentation positive de près de 27,50. % suite au réajustement du terminal T2 à l'aéroport de Marrakech Menara.

En d'autres termes, plus le développement et la performance de ces infrastructures augmentent, plus la destination de Marrakech est attractive pour le tourisme démontré par le graphique 3.

¹ Jebrane, E., Ouariti, O., Territorial Logistics and Tourist Attractiveness: The Case of Marrakesh City. INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT, Dakhla – Morocco, 2019. pp. 6

Figure 3 : Evolution des nuitées dans les établissements d'hébergement de la ville de Marrakech par rapport au trafic routier et aérien 2000-2018 (régression linéaire univariée)



Source: Réalisation personnelle²

L'analyse de corrélation a également permis de mieux comprendre la corrélation entre les deux variables nuitées et trafic de passagers (autoroute et aéroport) et a montré une relation positive sur le tableau 3. Pour une augmentation positive d'une variable, il existe également une augmentation positive de la seconde variable :

- Les variables des nuitées et du trafic de voyageurs sur les autoroutes sont positivement corrélées (0,811).
- Les variables des nuitées et du trafic d'aéroports sont positivement corrélées (0,947).

Tableau3 : Estimation du coefficient de corrélation de Pearson

	Nuitées	V/An (AutoRoute)	Passager/An (Aérien)
Nuitées	1		
V/An (AutoRoute)	0,811902947	1	
Passager/An (Aérien)	0,947157306	0,921656	1

Source: Réalisation personnelle³

VII. Conclusion et perspectives de recherche

Malgré le fait que de nombreux analystes ont reconnu la nécessité de moyens de transport efficaces dans un programme de développement territorial réussi, des recherches observationnelles très contraignantes existent pour révéler un aperçu de ses effets sur l'impact d'attractivité et de compétitivité d'une destination touristique. Quand une visite de destination est un amalgame d'expériences, certaines composantes peuvent avoir plus d'impacts sur les évaluations touristiques que d'autres. Ainsi, les résultats de cette recherche ont tenté de distinguer l'existence d'une relation possible entre la logistique territoriale principalement par le développement d'une infrastructure de transport et l'attractivité de la destination.

Ce document a utilisé des techniques de régression et de corrélation de Pearson et a révélé que le développement de l'infrastructure de transport contribue non seulement positivement à l'attractivité touristique, mais qu'il est sur le point d'avoir une relation positive parfaite entre les deux variables.

² Jebrane, E., Ouariti, O., Territorial Logistics and Tourist Attractiveness: The Case of Marrakesh City. INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT, Dakhla – Morocco, 2019. pp. 7

³ Jebrane, E., Ouariti, O., Territorial Logistics and Tourist Attractiveness: The Case of Marrakesh City. INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT, Dakhla – Morocco, 2019. pp. 8

Aussi, nous avons jugé primordial de mettre l'accent sur la corrélation remarquable entre le trafic aérien et le trafic terrestre, où l'hypothèse que le développement infrastructurel d'une autoroute stimule le trafic aéroportuaire et vice versa, présente une piste à explorer.

En ce qui concerne les implications politiques, le gouvernement concerné devrait intégrer les politiques de transport à la planification du tourisme, en particulier pour les pays dont les infrastructures sont moins compétitives. Investir dans l'infrastructure touristique, les efforts de marketing et la libéralisation de l'accès aérien pourraient ne pas suffire sans une infrastructure efficace de soutien au transport. Il convient donc de repenser les réductions ad hoc des dépenses publiques et les besoins en infrastructures négligés dans le cadre de finances publiques limitées.

Par ailleurs, les décideurs devraient se focaliser explicitement sur la planification et les exigences à long terme. Ils devraient développer un système de transport intégré, efficace et abordable, qui soit durable du point de vue social, économique et surtout environnemental.

Cependant, une analyse approfondie devrait être entreprise concernant ce phénomène afin d'étudier plus profondément la relation entre le développement infrastructurel du transport et de l'attractivité touristique, car cela pourrait permettre de prévoir davantage d'implications et de suggestions spécifiques à un territoire.

Bibliographie

- [1]. Abeyratne, R. I. R. 1993. Air transport tax and its consequences on tourism. *Annals of Tourism Research*, 20, 450–460.
- [2]. Arellano, M., Bond, S., 1991 Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations. *Review of Economic Studies* 58:277–297.
- [3]. Anderson, W., and C. Hsiao 1982 Formulation and Estimation of Dynamic Models using Panel Data. *Journal of Econometrics* 18:67–82.
- [4]. Baltagi, H., ed. 1995 *Econometric Analysis of Panel Data*. New York: John Wiley. 1030
- [5]. Blundell, A., and S. Bond 1998 Initial Conditions and Moments Restrictions in Dynamic Panel Data Models. *Journal of Econometrics* 87:115–144.
- [6]. Chew, J. 1987. Transport and tourism in the year 2000. *Tourism Management*, 8(2), 83–85.
- [7]. Cohen, E. 1979 A Phenomenology of Tourist Experiences. *Sociology* 13(2):43–54.
- [8]. Crouch, G., and J. Ritchie 1999 Tourism Competitiveness and Societal Prosperity. *Journal of Business Research* 44:137–152.
- [9]. Eilat, Y., and L. Einav 2004 Determinants of International Tourism: A Three- Dimensional Panel Data Analysis. *Applied Economics* 36:1315–1327.
- [10]. El Hafid, M., El Assri, H. and Sair, A., 2018. Moroccan Gastronomy as a Key Factor of Tourism Attractiveness in Morocco. In *Innovative Approaches to Tourism and Leisure* (pp. 323-338). Springer, Cham.
- [11]. Gallup, J., Sachs, J., Mellinger, A. 1997 *Geography and Economic Development*. Center for International Development Working Paper no.1. Harvard University.
- [12]. Gearing, C. 1974 Establishing a Measure of Touristic Attractiveness. *Journal of Travel Research* 12:1–8.
- [13]. Gearing, C. E., Swart, W. W., & Var, T. 1974. Establishing a measure of touristic attractiveness. *Journal of Travel Research*, 12(4), 1–8.
- [14]. Gunn, C., ed. 1988 *Tourism Planning* (2nd ed.). New York: Taylor and Francis.
- [15]. Hamri, H. M., Ouariti, O. Z. & Sadiqui, A. 2014. Territory Attractiveness Case of Souss-Massa-Draa Region. *International Journal of Research in Management & Business Studies*, 1(4), 27-31.
- [16]. Hasan, K. 2001. Is SAARCs viable economic block? Evidence from gravity model. *Journal of Asian Economics*, 12, 263–290.
- [17]. Inskip, E., ed. 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- [18]. Jebrane, E., Ouariti, O. 2019. Territorial Logistics and Tourist Attractiveness: The Case of Marrakesh City. *International Conference on Tourism and Sustainable Development, Dakhla –Morocco*. pp. 8
- [19]. Kamps, C. 2003 *New Estimates of Government Net Capital Stocks for 22 OECD countries 1960–2001*. Kiel Institute for World economics, 24100, Kiel, Germany.
- [20]. Kaul, R., ed. 1985 *Dynamics of Tourism: A Trilogy*. Transportation and Marketing (Vol. 3). New Delhi: Sterling Publishers.
- [21]. Kim, L., J. Crompton, and P. Botha 2000 Responding to Competition: A Strategy for Sun/Lost City. *South Africa Tourism Management* 21:33–41.
- [22]. Lighthart, J. 2000 *Public Capital and Output Growth in Portugal: An Empirical Analysis*. International Monetary Fund Working Paper, Washington DC: WP/00/11.
- [23]. Lim, C. 1997 Review of International Tourism Demand Models. *Annals of Tourism Research* 24:835–849.
- [24]. Mayo, E.J, Jarvis, L.P 1981 *The psychology of leisure travel: Effective marketing and selling of travel service*. Boston, MA: CBI Publishing.
- [25]. McElroy, J. 2003 *Small Island Tourist Economies across the Lifecycle*. Paper prepared for the International Conference, Beyond MIRAB: The Political Economy of Small Islands in the 21st Century, School of Economics and Finance, Victoria University, Wellington, New Zealand.
- [26]. Mo, C., D. Howard, and M. Havitz 1993 Testing a Tourist Role Typology. *Annals of Tourism Research* 20:319–335.
- [27]. Morachat, C. 2003. A Study of Destination Attractiveness Through Tourists' Perspectives: A Focus On Chiang Mai, Thailand.
- [28]. Murphy, P., M. Pritchard, and B. Smith 2000 The Destination Product and Its Impact on Traveler Perceptions. *Tourism Management* 21:43–52.
- [29]. Naudee, W., and Saayman, A. 2004 The Determinants of Tourist Arrivals in Africa: A Panel Data Regression Analysis. Paper presented at the International Conference, Center for the Study of African Economies. University of Oxford.
- [30]. Ouariti, O.Z. and Hamri, H.M., 2014. Business Tourism Towards Improving the Tourism Offer in Morocco: Case of Seaside Town of Agadir.
- [31]. Pearce, D. C. 1987. *Tourism today: A geographical analysis*. Harlow: Longman Scientific and Technical.
- [32]. Pearson, C. E. 1986. *Numerical Methods In Engineering & Science*. CRC Press.
- [33]. Prideaux, B. 2000 The Role of the Transport System in Destination Development. *Tourism Management* 21:53–63.
- [34]. Smith, S. 1994 The Tourism Product. *Annals of Tourism Research* 21(3):582–595.

- [35]. Tang, J., and N. Rochananond 1990 Attractiveness as a Tourist destination: A Comparative Study of Thailand and Selected Countries. *Socio-Econ Planning* 24(3):34-43. KhadarooAnsSeetanah 1031.
- [36]. Tourism Task Force 2003 *Down The Track; Better Ways to Deliver Tourism's Land Transport Infrastructure*. Tourism Task Force, Australia.
- [37]. Uysal, M., & Crompton, J. L. 2000. An Overview of Approaches Used to Forecast Tourism Demand'. *International Library of Critical Writings in Economics*, 121, 51-59.
- [38]. Vengesayi, S., Mavondo, F., and Reisinger, Y. 2009. *Tourism Destination Attractiveness: Attractions, Facilities, and People as Predictors*. *Tourism Analysis*.
- [39]. Witt, S., and C. Witt 1995 *Forecasting Tourism Demand: A Review of Empirical Research*. *International Journal of Forecasting* 11:447-475. Submitted 29 March 2006. Resubmitted please add this date. Resubmitted 17 October 2007. Resubmitted 17 March 2007. Final version 27 April 2007. Accepted 29 May 2007. Refereed anonymously. Coordinating Editor: Kenneth J. Button.
- [40]. Woodside, A. G., & Wilson, E. J., 2003. Case study research methods for theory building. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 18(6/7), 493-508.
- [41]. Yule, G. U., 1900. VII. On the association of attributes in statistics: with illustrations from the material of the childhood society, &c. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series A, Containing Papers of a Mathematical or Physical Character*, 194(252-261), 257-319.

Jebrane El Mehdi. " Attractivité Touristique et Logistique Territoriale : Cas d'Etude de la Ville de Marrakech." *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, Vol. 21, No. 6, 2019, pp. -49-58