

		Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
DD		Rapport_d'analyse_v13032006.doc



FONDATION ZAKOURA MICRO CREDIT

ETUDE D'EVALUATION DU PRODUIT TOURISME RURAL DE LA FONDATION ZAKOURA MICRO CREDIT


RAPPORT D'ANALYSE DE L'ETUDE

		Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
DD		Rapport_d'analyse_v13032006.doc


Sommaire

Présentation du produit Tourisme Rural

Rappel des objectifs et de la méthodologie de l'étude	5
Résultats de l'étude	6
Première partie : Evaluation du produit auprès des bénéficiaires du Tourisme Rural	7
I. L'évaluation de la satisfaction par rapport aux modalités du prêt	8
II. L'évaluation de l'impact de la Fondation sur les projets	10
III. L'évaluation de l'impact de la Fondation sur les projets	13
Deuxième partie : Evaluation du produit auprès des agents du Tourisme Rural	15
I. Les principales difficultés rencontrées par les agents de Tourisme Rural ATR	16
II. Les aspects positifs de l'expérience d'Agent Tourisme Rural	18
III. Le produit Tourisme Rural	18
Annexes	21

		Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
DD		Rapport_d'analyse_v13032006.doc

**Présentation du produit
Tourisme rural**

		Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
DD		Rapport_d'analyse_v13032006.doc

**Rappel des objectifs et de la
méthodologie de l'étude**

		Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
DD		Rapport_d'analyse_v13032006.doc

I- OBJECTIFS DE L'ETUDE


Les objectifs de l'étude ont été traités en deux volets :

1. Des objectifs relatifs aux bénéficiaires du produit « Tourisme Rural »:
 - **Evaluer la satisfaction** des bénéficiaires par rapport au produit ;
 - Satisfaction par rapport au modalités de prêt (montants, taux d'intérêt et la durée);
 - Satisfaction par rapport à l'accompagnement ;
 - **Mesurer l'impact réel du prêt et de l'accompagnement** auprès des bénéficiaires **du produit « Tourisme Rural »** de la Fondation Zakoura Micro Crédit ;
 - Impact sur le projet en général (en terme d'agencement, d'aménagement, hygiène, propreté, (hébergement/ restauration), de mise en valeur (artisanat, produit du terroir) ;
 - Impact sur le revenu du bénéficiaires;
 - Cerner les **propositions d'amélioration** des bénéficiaires du produit Tourisme Rural.


2. Des objectifs relatifs aux agents Tourisme Rural (ATR) :
 - **Cerner les difficultés** rencontrées par les Agents Tourisme Rural pour ce produit (en terme de prospection, de constitution du dossier, de déblocage, de recouvrement et d'accompagnement);
 - **Définir le risque** que peut représenter le prêt « Tourisme Rural » et ressortir des solutions pour **minimiser le risque;**
 - **Evaluation des besoins en formation** des Agents Tourisme Rural;
 - Cerner les **propositions d'amélioration** des Agents Tourisme Rural des modalités du produit Tourisme Rural.

II- METHODOLOGIE DE L'ETUDE


L'étude a été menée, selon une approche **quantitative** auprès des bénéficiaires **et une approche qualitative** auprès des Agents de Tourisme Rural, sur la base d'une **enquête nationale**, en face-à-face, auprès de la population concernée : les trois Agents de Tourisme Rural et un échantillon de bénéficiaires du programme de prêt Tourisme Rural de la Fondation Zakoura Micro Crédit.

		Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
DD		Rapport_d'analyse_v13032006.doc

Principaux résultats de l'étude

		Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
DD		Rapport_d'analyse_v13032006.doc

**Première partie :
L'évaluation auprès des
porteurs de projets
Tourisme Rural**

 DD	Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
	Rapport_d'analyse_v13032006.doc

I. L'évaluation de la satisfaction des porteurs de projets par rapport aux modalités de prêt

1. L'évaluation de la satisfaction des porteurs par rapport au montant du prêt

Les porteurs de projets de Tourisme Rural de la Fondation Zakoura Micro Crédit ont contracté en moyenne deux prêts depuis leur adhésion au programme.

Les montants du prêt TR varient entre 5 000 et 20 000 MAD. Le tableau suivant nous donne la répartition des bénéficiaires par montant de prêt octroyé :

Montants	Fréquence	Pourcentage
5 000MAD	8	13,8
7 000 MAD	6	10,3
8 000 MAD	9	15,5
10 000 MAD	32	55,2
15 000 MAD	3	5,2
Total	58	100,0

Bien que le montant moyen du prêt octroyé soit de 8 948 MAD, un montant moyen plutôt élevé par rapport au montant moyen de prêt octroyé par la Fondation, les porteurs de projets TR demandent des montants bien plus élevés allant de 30 000 à 70 000 MAD.

2. Les difficultés de remboursement

Difficultés de remboursement	Fréquence	Pourcentage
Oui	16	27,6
Non	42	72,4
Total	58	100,0

72% des bénéficiaires du prêt tourisme rural déclarent ne pas avoir de difficulté à rembourser ce prêt.

Néanmoins, près de 28% des bénéficiaires déclarent avoir des difficultés à rembourser le prêt tourisme rural pour les raisons suivantes :


- Des échéances trop élevées en basse saison pour trois quarts d'entre eux ;
- La survenance du recouvrement au moment où il faut régler les factures d'eau, électricité...

Certains bénéficiaires ont déclaré régler par anticiper un certain nombre d'échéances pour être plus à l'aise en basse saison.

3. L'évaluation de la satisfaction des porteurs par rapport au terme du prêt

Le prêt tourisme rural offre des durées de remboursement allant de 4 à 36 mois. Le tableau suivant donne la répartition des bénéficiaires selon la durée de remboursement du prêt :

Durée	Fréquence	Pourcentage
-------	-----------	-------------

 DD	Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
	Rapport_d'analyse_v13032006.doc

9 mois	1	1,7
12 mois	14	24,1
18 mois	40	69,0
24 mois	3	5,2
Total	58	100,0

Satisfaction : Durée	Fréquence	Pourcentage
Oui	47	81
Non	11	19
Total	58	100

Près de 70% des bénéficiaires ont choisis des termes 18 mois. Ce résultat pourrait être expliqué par le fait que le terme proposé pour un prêt de 10 000 MAD, montant du prêt le plus octroyé, est de 18 mois dans l'offre actuelle.

Nous avons interrogé ces mêmes porteurs quant à leur satisfaction par rapport à la durée du prêt et plus de 8 bénéficiaires sur 10 se sont dits satisfaits des durées proposées par la Fondation. Les autres ont demandé que différents termes de prêts soient proposés pour un même montant de prêt : des termes à la fois plus courts mais également longs selon les cas.

4. L'évaluation de la satisfaction des porteurs par rapport au montant de l'échéance

Satisfaction : montant des échéances	Fréquence	Pourcentage
Oui	46	79.3
Non	12	20.7
Total	58	100

Les montants des échéances allant de 67 à 5 200 MAD par mois.


Près de 80% des bénéficiaires sont satisfaits du montant des échéances proposés par la Fondation.

Près de 21% d'entre eux pensent que les échéances sont élevées et demandent leur diminution.

5. L'évaluation de la satisfaction des porteurs par rapport à la périodicité de remboursement du prêt

Satisfaction : périodicité des remboursements	Fréquence	Pourcentage
Oui	51	87.9
Non	7	12.1
Total	58	100

La périodicité de remboursement prêt tourisme rural est mensuelle. Près de 88% des bénéficiaires sont satisfaits de la périodicité de remboursement. Les 12% restant proposent des remboursements trimestriels ou annuels avec un délai de grâce.

 DD	Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
	Rapport_d'analyse_v13032006.doc

6. L'évaluation de la satisfaction des porteurs par rapport au taux d'intérêt du prêt

Satisfaction : taux d'intérêt	Fréquence	Pourcentage
Oui	35	60.3
Non	23	39.7
Total	58	100

Le taux d'intérêt du prêt tourisme rural est de 12% par an linéaire. Il apparaît que près de 40% des bénéficiaires ne sont pas satisfaits du taux d'intérêt et trouvent qu'«il est beaucoup plus élevé que les taux bancaires ». Les taux d'intérêt proposés par les porteurs de projets varient entre 6 et 10 % ce qui donne en moyenne un taux de 8.5%.

7. Les suggestions d'amélioration en termes de prêt

Les suggestions d'amélioration des modalités du prêt tourisme rural par les porteurs de projet sont les suivantes :

- Augmenter le montant plafond du prêt à 70 000 MAD ;
- Diminuer le montants des échéances ;
- Augmenter la durée ;
- Diminuer le taux d'intérêt ;
- Instaurer un délai de grâce et une certaine souplesse en cas de problèmes de paiement chez un porteur qui rembourse régulièrement ;
- Caler l'échéancier des prêts aux basses et hautes saisons touristiques. Il faut noter que parmi les échéanciers des proposés, il existe un échéancier adapté mais que de nombreux problèmes de retard et d'impayés ont été rencontrés, ce qui a amené la fondation à l'interdiction de son utilisation. (cf. expérience du prêt solidaire adapté élevage).

II. L'évaluation de l'impact de la Fondation sur les projets

1. Rubriques d'utilisation du prêt

Rubriques d'utilisation du prêt	Effectif	Pourcentage
La construction	15	25,9
Le lancement d'un projet complémentaire	5	8,6
L'aménagement intérieur	32	55,2
L'achat de matières premières	24	41,4
La décoration	16	27,6
L'aménagement extérieur, enseignes	11	19,0
L'embauche de personnes supplémentaires	2	3,4
L'équipement	16	27,6
Remboursement d'autres dettes	1	1,7
Aménagement d'une salle de bain/ douche/ toilettes	12	20,7
Achat d'une mule / d'un cheval	4	6,9

 DD	Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
	Rapport_d'analyse_v13032006.doc

Terrasse	2	3,4
Camping	1	1,7
Total	58	100,0

Les principales rubriques d'utilisation du prêt sont les suivantes :

- L'aménagement intérieur (achat de lits, tables, chaises,...etc.) pour 55.2% d'entre eux ;
- L'achat de matières premières (bois, peinture, laine,...etc.) pour 41.4% d'entre eux ;
- L'équipement pour 27.6% d'entre eux ;
- La décoration pour 27.6% d'entre eux ;
- L'aménagement de salles de bains, toilettes ou douches pour 20.7% d'entre eux ;
- L'aménagement extérieur, enseignes pour 19% d'entre eux ;
- Le lancement d'un projet complémentaire pour 8.6% d'entre eux ;
- L'achat d'une mule ou d'un cheval pour 6.9% d'entre eux.

2. Evaluation de l'impact du produit sur le projet

Rubriques d'utilisation du prêt	Effectif	Pourcentage
Satisfaction des clients	40	69,0
Retour de clients	25	43,1
Attraction de nouveaux clients	35	60,3
Augmentation de revenu	42	72,4
Pas encore en marche/ de changements	9	15,5
Satisfaction interne	1	1,7
Plus propre	1	1,7
Meilleur rapport qualité Prix	1	1,7
Mise en relation avec d'autres PP/ gîteurs	1	1,7
Augmentation des ventes	1	1,7
Constitution d'un fond de roulement	1	1,7
Le projet est relancé	1	1,7
Meilleure production	1	1,7
plus d'espace	1	1,7
Recrutement de personnes supplémentaires	1	1,7
Total	58	100,0

Depuis l'obtention du prêt tourisme rural, les porteurs de projets ont vu s'opérer plusieurs changements dans leur projet. Les principaux changements sont :

- L'augmentation de leur revenu pour 72.4% d'entre eux ;
- La satisfaction de leur clients pour 69% d'entre eux ;
- L'attraction de nouveaux clients pour 60.3% d'entre eux ;
- Le retour de leur anciens clients pour 43.1% d'entre eux ;

Il serait intéressant de noter que pour près de 16% des bénéficiaires rencontrés, leur projet sont encore en cours de mise en service ou d'aménagement, ce qui ne nous a pas permis de mesurer l'impact.

 DD	Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
	Rapport_d'analyse_v13032006.doc

3. techniques de commercialisation utilisées actuellement

pour attirer les clients, les porteurs de projets utilisent aujourd'hui les moyens suivants :

- La prospection de nouveaux clients ;
- Le relationnel et bouche à oreilles ;
- Les guides et les faux-guides ;
- Les cartes visites et les dépliants
- Les enseignes ;
- La fidélisation des clients par la qualité des produits et des services offerts ;
- les bazaristes pour les artisans producteurs.

Les bénéficiaires ont émis plusieurs propositions en matière d'appui à la commercialisation :

- La création de sites web ;
- La signature de convention avec les agences de voyage à travers la Fondation ;
- La conception de catalogues avec des photos et des descriptions des produits et services avec les tarifs ;
- La signature de convention avec des associations et les ministères ;
- La promotion des sites touristiques de la région
- L'organisation de foires et expositions pour les produits artisanaux ;
- Le développement de l'activité artisanale et des ateliers d'initiation à l'artisanat.

4. Implication de la Fondation dans les projets

Implication de la Fondation dans le projet	Fréquence	Pourcentage
Oui	52	89.7
Non	6	10.3
Total	58	100

Près de 9 porteurs de projets sur 10 demandent une plus forte implication de la Fondation dans leur projet à travers :

- Un financement plus important ;
- La communication et la publicité autour des projets ;
- La signature de conventions avec les agences de voyages;
- L'octroi de prêts ;
- Plus d'accompagnement à travers une formation plus adaptée ;
- La création d'un site web pour les porteurs ;
- La mise en réseau entre porteurs de projets.

III. L'évaluation de l'impact de la Fondation sur les porteurs

1. Impact du programme sur la gestion du projet

Impact sur la gestion du projet	Fréquence	Pourcentage
---------------------------------	-----------	-------------

 DD	Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
	Rapport_d'analyse_v13032006.doc

Oui	36	66.7
Non	18	33.3
Total	54	100

Deux bénéficiaires sur trois déclarent avoir senti un changement dans leur façon de gérer leur projet depuis leur adhésion au programme de la fondation.

2. Impact du programme sur les connaissances du porteurs

Tous les porteurs de projets déclarent avoir reçu des conseils de la part des agents de tourisme rural. Le tableau suivant donne la répartition des bénéficiaires par type de sensibilisation reçue :

Formation et conseils	Effectif	Pourcentage
Décoration/ Mise en valeur du projet/ Aménagement de l'espace	53	93,0
Gestion et commercialisation	29	50,9
Hygiène et propreté	45	78,9
Environnement (protection de la nature)	22	38,6
Accueil	30	52,6
Qualité	2	1,8
Total	58	100,0


Impact sur :	Effectif	Pourcentage
L'organisation du projet	28	57,1
L'accueil des clients	26	53,1
la gestion des recettes et dépenses	3	6,1
La mise en valeur du projet	34	69,4
La connaissance des normes d'hygiène	33	67,3
La qualité	1	2,0
Total	49	100,0

Les formations et les conseils que les porteurs ont suivi portent sur :

- La décoration, la mise en valeur du projet et l'aménagement de l'espace pour 93% d'entre eux ;
- Les normes d'hygiène et de propreté pour 78.9% d'entre eux ;
- L'accueil pour 52.6% d'entre eux ;
- La gestion et la commercialisation pour 50.9% d'entre eux ;
- L'environnement (protection de la nature) pour près de 37% d'entre eux ;
- Le respect de la qualité pour 1.8% d'entre eux.

Ces formations et conseils ont eu un impact sur les domaine suivant :

- La mise en valeur du projet pour 69.4% d'entre eux ;
- Le respect des normes d'hygiène pour 67.3% d'entre eux ;
- L'organisation du projet pour 57.1% d'entre eux ;
- L'accueil des clients pour 53.1% d'entre eux ;
- La gestion des recettes et des dépenses pour 6.1% d'entre eux ;

 DD	Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
	Rapport_d'analyse_v13032006.doc

- La qualité pour 2% d'entre eux.

Il est intéressant de noter que tous les porteurs de projets déclarent suivre les conseils et orientations des agents de tourisme rural.

Notons également que certains porteurs sont aussi conseillés au niveau de la gestion (37.9%) et des fois même aidés financièrement (20.7%). Ces conseils et aides émanent :


- D'amis ;
- De la famille ;
- De clients ;
- D'associations de développement avec lesquelles ils sont en contact
- Parfois même d'autorités locales ou du ministère du tourisme (cas de Moulay Driss Zerhoun)

3. Besoins des porteurs en formation


Besoin en formation	Fréquence	Pourcentage
Oui	35	60.3
Non	23	39.7
Total	58	100

Plus de six porteurs sur dix déclarent avoir besoin des formations suivantes :

- Formation en techniques d'accueil ;
- Formation en gestion touristique ;
- Formation en décoration et mise en valeur du projet ;
- Formation aux premiers secours ;
- Formation en informatique et/ ou création et mise à jour de sites web ;
- Formation à la tenue de compte ;
- Formation sur la protection de l'environnement ;
- Formation en restauration (cuisine et pâtisserie) ;
- Formation en langues.

		Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
DD		Rapport_d'analyse_v13032006.doc

**Deuxième partie :
L'évaluation auprès des agents
de tourisme Rural**

 DD		Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD Rapport_d'analyse_v13032006.doc
---	--	--

I. Les principales difficultés rencontrées par les agents de Tourisme Rural ATR

A travers les entretiens individuels et la réunion de groupe avec les ATR, un certain nombre de difficultés rencontrées dans l'exploitation du produit « Tourisme Rural » ont été relevés et vous sont présentées ci-dessous suivant les étapes opérationnelles du produit :

1- La prospection de porteurs de projets de tourisme rural :

Les principales difficultés invoquées par les ATR lors de la prospection sont :

- L'inaccessibilité des sites ou la rareté des moyens de transport les desservant ;
- Le manque ou l'inexistence de structures d'accueil (hôtel, auberge...)
- La langue et la culture des régions. En effet, certains agents n'étant pas originaires de la région rencontrent un problème de communication surtout lorsqu'il s'agit d'une région berbérophone et que l'agent est dans l'incapacité de discuter avec des porteurs potentiels. En effet, l'ATR se voit très souvent contraint de faire appel à une tierce personne pour la traduction ;
- La présence de projets de TR non rentables dans la région, décourage les porteurs potentiels ;
- Les problèmes climatiques.

2- L'étude du projet de Tourisme Rural

Les ATR parviennent difficilement à réaliser des études de faisabilité des projets à créer.

3- La constitution du dossier de prêt

Les ATR ne rencontrent pas de difficulté pour la constitution du dossier de prêt mais un d'entre eux trouve que le dossier actuel est trop long à renseigner.

4- Après l'envoi du dossier à la région


Les ATR rencontrent des problèmes de communication avec les régions qui ne les tiennent pas suffisamment informés du traitement de leurs dossiers et se trouvent dans l'obligation de contacter les régions à maintes reprises pour activer le déblocage de leur prêts. Parfois, les ATR contactent directement le siège.

En effet, un des ATR a dit à ce sujet : « l'information ne circule pas » « des fois, on ne sait plus qui a raison, on envoie le dossier à la région qui devrait le transmettre au siège, sauf qu'une fois qu'on appelle le siège, le dossier n'y est pas ».

Les ATR ressentent un désengagement de la région et du siège dans le traitement de leurs prêts en matière de tourisme, activité très souvent saisonnière, le respect des délais est primordial : « un projet qui fonctionne essentiellement en été a besoin d'investir avant la haute saison. Une fois qu'elle est terminée, il n'a que faire du prêt ».

5- Lors du déblocage

	Rapport_d'analyse_v13032006.doc	Page 16 sur 19
--	---------------------------------	----------------

 DD	Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
	Rapport_d'analyse_v13032006.doc

Les mises à disposition enfin reçues, les agents se trouvent confrontés à d'autres problèmes:

- Des erreurs de saisie au niveau du nom ou du numéro de CIN des porteurs ce qui les contraint à reprendre le processus à zéro.
- Le déblocage simultané de plusieurs listes dont les porteurs sont de zones lointaines.
- Le déblocage des prêts d'une zone en même temps que le recouvrement des échéances d'autres zones éloignées.

6- Lors du recouvrement

La phase de recouvrement pose de nombreux problèmes à l'origine parfois des retards et des impayés.

Effectivement, les ATR ont fait ressortir les aspects suivants :

- Le remboursement se fait dans des cafés, aux yeux de tous les habitants du village, qui pourraient être tentés d'agresser par la suite les ATR ;
- Les PP n'ont pas la notion du temps et sont donc rarement ponctuels « je suis obligée d'accepter les remboursement à n'importe quelle heure » ;
- Certains sites sont inaccessibles en hiver ;
- L'agent ne peut pas verser les échéances recouvrées le jour même ;
- Les PP demandent un document cacheté prouvant qu'ils ont réglé leur échéance;
- Pendant la basse saison, les PP ont du mal à régler leur échéance à temps ;
- Solidarité entre les habitants contre l'ATR ;
- En cas de retard d'impayé, il n'y a pas de mesure collective qui soit prise à l'encontre du mauvais payeur et il y a un risque de contagion à l'ensemble du site.

7- Lors du suivi et de l'accompagnement


Les difficultés évoquées par les ATR sont par ordre d'importance axées sur :

- Le manque d'écoute de la part des PP : parfois, il y a écoute mais il n'y a pas de mise en œuvre des conseils de l'ATR ;
- Certains PP pensent que les conseils de l'ATR ne sont pas appropriés à la région ;
- Certains PP (les plus âgés) ne suivent pas du tout les conseils de l'agent. A noter que les PP jeunes sont plus à l'écoute et suivent plus facilement les conseils;
- Dans certaines zones comme Zerhoun, les habitants sont aussi encadrés par les fonctionnaires du ministère du tourisme et comme ce sont des représentants de l'Etat les gens prennent tous leurs conseils pour des vérités absolues;
- Le manque de moyens : « les PP demandent des conventions, des foires ou des expositions mais nous manquons de moyens »;
- Dans certains cas, les PP demandent plus d'attention de la part de l'agent « ils pensent qu'ils sont les seuls ».

II. Les aspects positifs de l'expérience d'Agent Tourisme Rural

L'exploitation du produit TR reste pour les ATR une expérience enrichissante qui leur a permis de :

	Rapport_d'analyse_v13032006.doc	Page 17 sur 19
--	---------------------------------	----------------

 DD		Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD Rapport_d'analyse_v13032006.doc
---	--	--

- Mieux connaître le Maroc ;
- Développer le sens de la responsabilité : « je me sens maîtresse de la décision sur mon terrain »;
- Changer d'activité ;
- S'épanouir sur le plan personnel ;
- S'adapter à différentes mentalités ;
- Rencontrer des gens et de s'ouvrir sur de nouveaux horizons ;
- Arriver à gérer des hommes et des jeunes malgré la différence de culture, de sexe et d'âge.

III. Le produit Tourisme Rural

1. L'évaluation du risque

Interrogées sur le risque que présente le produit TR, les agents ont tous déclaré que ce produit est risqué. Les risques :


- En terme de population cible : La population cible n'a pas les moyens de rembourser le prêt
 - Il faudrait élargir la population cible du produit à des couches moins pauvres ;
 - Il faudrait s'orienter vers les PP exerçant plusieurs activités pour qu'ils puissent rembourser leur prêt à partir de différentes sources de revenu.
- En terme de garantie : Aucune garantie n'est exigée dans le cadre du produit TR.
 - Il faudrait instaurer un système de garantie : traites au nom d'une personne physique (personnel du terrain) et non morale (fondation Zakoura) ;
 - La possibilité de contacter un avocat en cas de problèmes.
- En terme d'encadrement : les ATR ont déclaré ne pas avoir besoin d'être encadrées, mais ont en même temps avoué se sentir isolés lorsqu'ils sont confrontés à des retards ou à une urgence.
- En terme de sécurité : les ATR déclarent ne pas se sentir en sécurité, surtout que les recouvrements ont lieu dans les cafés. Elles proposent qu'un espace leur soit réservé pour travailler au sein des représentations ou au sein des locaux secondaires.

2. Les suggestions d'amélioration du produit

Les suggestions d'amélioration du produit sont les suivantes :

a. En termes de prêt

- Elaborer un nouveau dossier de prêt plus concis;
- Augmenter le montant plafond du prêt à 30 000 MAD ;
- Diminuer le taux d'intérêt ;
- Accorder un délai de grâce ;
- Allonger les termes du prêt et proposer tous les termes possible pour chaque montant de prêt.

 DD		Projet: Evaluation du Produit Tourisme Rural_DD
		Rapport_d'analyse_v13032006.doc

b. En terme d'accompagnement

- Appuyer davantage les coopératives et les produits du terroir (pousser les gens à en créer) ;
- Aider les PP à commercialiser leurs produits en :
 - Concevant par exemple un catalogue pour chaque ATR et faire des échanges de catalogues pour que chaque agents les diffuse via les PP de sa région ;
 - Organisant des foires-expositions.
- Faire participer les PP tourisme Rural à la réunion annuelle pour les motiver davantage.

c. En terme d'amélioration des conditions de travail de l'ATR

- Réserver aux ATR un espace au sein des représentations ou des locaux secondaires afin qu'ils puissent travailler dans de bonnes conditions ;
- Avoir des outils de travail : un bureau, un ordinateur, un placard pour archiver les dossiers.
- Raccourcir les délais de déblocage.

3. Les besoins en formation

Les ATR ont exprimé un besoin en formation. Les formations qui ont été les plus demandées sont :

- Une formation à la gestion administrative des prêts
- Une formation en informatique et en création et/ou mise à jour de sites web ;
- Une formation en conception de brochures et de cartes visites ;
- Une formation en tourisme (hébergement, restauration, activités de loisir) ;
- Une formation aux services d'appui aux entreprises (commercialisation, gestion...).

4. Réponse aux suggestions de la Direction de Développement

Dans le cadre du développement du produit Tourisme Rural, la Direction de Développement a mis en place un système de classement des projets de tourisme rural, mais seul un agent sur trois l'utilise. Interrogés sur la raison de sa non-utilisation, les agents ont répondu:qu'ils n'ont pas le temps et que les documents se perdent à la région.

Toujours dans le cadre du développement du produit Tourisme Rural, la Direction de Développement a proposé aux agents de mettre à leur disposition un modèle de fiche technique à remplir et à remettre avec un état d'avancement mensuel de leur activité. Seul un agent sur trois a déclaré avoir la compétence et le temps pour remplir les fiches techniques.