BTS
Agence de Voyage



Elaboration des produits touristiques

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التكوين والتعليم المهنيين
Ministère de la Formation et de l'Enseignement Professionnels
Centre National de la Formation et de l'Enseignement Professionnels à Distance (CNFEPD)
المركز الوطني للتكوين والتعليم المهنيين عن بعد
(م. و. ت.ت. م.ب)

ELABORATION DES PRODUITS TOURISTIQUES

OBJECTIF GENERAL

A l'issue de ce module, vous serez capable d'élaborer des produits touristiques sur toute destination.

SOMMAIRE

LEÇON N° 01 : LE TOURISME ET L'HOTELLERIE
LEÇON N°02 : AGENCE DE TOURISME ET DE VOYAGES
LEÇON N°03 : LES POTENTIALITES TOURISTIQUES EN ALGERIE
LEÇON N°04 : L'ATTRACTIVITE D'UN SITE TOURISTIQUE
LEÇON N°05 : CARACTERES ET DIMENSIONS DU FORFAIT
LEÇON N°06 : LES FACTEURS D'ORGANISATION D'UN FORFAIT
LEÇON N°07 : L'ELABORATION DE L'ITINERAIRE PROGRAMME

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

LEÇON N°01 : LE TOURISME ET L'HOTELLERIE

OBJECTIF DE LA LEÇON N°01 : A l'issu de cette leçon, vous serez capable de présenter correctement les types et les formes du tourisme ainsi que la liaison entre le tourisme et l'hôtellerie.

PLAN DE LA LEÇON :

INTRODUCTION

I- DEFINITION DU TOURISME

II- TYPES ET FORMES DU TOURISME

III- LES NOUVELLES TENDANCES (LE TOURISME ALTERNATIF)

IV- L'HOTELLERIE

V- LES DIFFERENTS MODES D'HEBERGEMENT

VI- LE ROLE DE L'HOTELLERIE

VII- LA LIAISON DU TOURISME AVEC L'HOTELLERIE

CONCLUSION

REFERENCES

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

INTRODUCTION :

Le tourisme est une activité qui est connu depuis l'antiquité à travers différentes Civilisations où on trouve les grecs, les phéniciens, les romains et les pharaons,…etc, qui ont connu des déplacements d'une région à une autre pour plusieurs raisons (découvertes, commerciales, économiques, curatives, divertissement,…).

Aujourd'hui le tourisme constitue une activité économique surtout dans les pays développés. Il est considéré comme un moteur du développement durable, une source de création de richesse, d'emplois et de revenus de beaucoup de pays dans le monde.

I- DEFINITION DU TOURISME :

1. Selon (O M T, conférence d'OTTAWA 1991) :

Le tourisme est définit comme suit :

« Les activités déployées par les personnes au cours de leur voyages et de leurs séjours dans les lieux situés hors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année , à des fins de loisirs, pour affaire ou pour autre motif ».

2. AUTRES APPROCHES DE DEFINITIONS DU TOURISME

Il existe d'autres perceptions et interprétations du tourisme selon l'utilisateur, ainsi :

- **Selon l'économiste :**C'est une activité qui a ses lois ,ses moyens de production, ses biens et ses services .

- **Selon le sociologue :**C'est un phénomène social du moment qu'il fait déplacer les populations et déclenche des comportements , des mutations , des échanges … avec impact sur la société .

- **Selon l'investisseur :**C'est une industrie comme une autre qui doit rapporter plus qu'elle n'a couté au départ .

- **Pour les hôteliers, les agence de voyages :**C'est une activité professionnelle liée à un domaine donné , qui a ses techniques ,ses champs d'intervention et ses propres outils de gestion , production , distribution , ventes , exploitation , ...

- **Pour l'État :**

- C'est un moyen de financement extérieur.
- Un moyen de développement (projets, investissements),
- Un moyen de désenclavement d'une région,
- Ou même un moyen d'éducation , de coopération , de préservation du patrimoine ou un moyen d'influence pour une politique commerciale extérieure .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

• **Pour le touriste :**
- C'est une activité qui présente un acte de consommation lié à un besoin .
- C'est un ensemble de prestations de services : voyage , transport , hébergement , loisirs , distraction , détente , cure , plaisirs , joie , ...

la Conférence des nations unies 1963 a identifié officiellement deux catégories de visiteurs "les touristes et les Excursionnistes" :

« **visiteurs** »: toute personne qui se rend dans un pays autre que celui où elle a son lieu de résidence habituel, pour toute autre raison que celle d'y exercer une profession rémunérée dans le pays même.

• **Deux catégories de visiteurs sont identifiées :**

1- Les touristes : visiteurs temporaires, séjournant au moins 24 heures dans le pays visités, donnant lieu à une nuitée dans un moyen d'hébergement du pays en question.

2- Les excursionnistes : visiteurs dont le séjour ne dépasse pas les 24 heures, pas de génération de nuitée.

II. TYPES ET FORMES DU TOURISME :

• Les formes et types de tourisme sont fort nombreuses
• Bien que le phénomène tourisme soit individuel, toutefois, il est nécessaire d'observer .et de classer ses formes observables. Parler des types ou formes de tourisme, nous conduit à éclairer la motivation du voyageur ou de l'activité exercée dans la destination visitée.il est aussi difficile de cerner les motivations du voyage, car elles sont diversifiées, mais on peut toutefois avancer un groupement de motivations, comme suit :

I. Types de Tourisme :

1.1. Tourisme d'agrément ou de loisir :(Agrément : qualité par laquelle quelque chose plait, plaisir)

- Ce type de tourisme est assez hétérogène ; car la notion d'agrément est subjective, plusieurs branches de ce type de tourisme nécessitent d'être citées :

- Tourisme récréatif,
- Tourisme culturel,
- Tourisme sportif,
- Tourisme artisanal,
- Tourisme gastronomique,
- Tourisme cynégétique (chasse),
- Tourisme de festivals,
- Déplacement pour visites familiales,
- tourisme religieux,…etc.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

1.2. Tourisme de Santé :

- Tourisme de récréation (repos)
- Tourisme climatique (climatisme)
- Le Thermalisme
- Tourisme balnéaire (thalassothérapie)
- Certaines formes de tourisme religieux visé par ses miracles

A l'intérieur de ces trois grands groupes, la liste n'est pas close, car d'autres types de tourisme peuvent être cités …

1.3. Tourisme d'affaires : C'est un type de tourisme dans lequel on peut regrouper des types de tourismes ayant relation avec les déplacements d'intérêt professionnel (dont le caractère touristique a été longtemps controversée) on peut citer sous cette rubrique :

- Le tourisme technique,
- Tourisme scientifique
- Tourisme de congrès,
- Tourisme de séminaires,
- Tourisme de séminaires
- Tourisme de missions,
- Tourisme de foires et de salons,…etc.

2. Les formes du Tourisme :

Les motifs du voyage ne sont pas le seul critère pour classifier le tourisme .on peut envisager d'autres s'appuyant sur la forme du voyage :

2.1. En fonction du moyen de transport :

• Il s'agit d'un critère de répartition essentiel pour les tours tour-opérateurs :
• aérien (régulier et charter)
• Maritime (long cours, ferries, etc.)
• Routier (autocar ; voiture particulière, moto…)
• Équestre
• Fluvial
• Cycliste

2.2. En fonction de la destination, du lieu où s'exerce l'activité,

- Ceci limite l'espace à travers lequel se situe l'activité touristique :
- tourisme balnéaire
- tourisme de montagne
- tourisme rural (vert)

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

2.4. En fonction du temps, perçu comme durée :

• Tourisme de séjour

• Tourisme de passage

• Tourisme de week-end

2.5. En fonction du temps décru comme saison :

• Tourisme estivale

• Tourisme hivernal

• Tourisme de mi- saison

2.6. En fonction de la taille du groupe :

• tourisme individuel ou familial

• tourisme collectif ou du groupe (formule en plein expansion grâce aux nouvelles conditions de transport)

2.7. En fonction du mode d'hébergement :

• Hôtelier-para-hôtelier au sens large
• Camping
• Résidence secondaires
• Gite rural-
• Village de vacances
• Colonie de vacances …etc.
• Résidence chez les parents et amis
• Location

2.8. En fonction de l'homme, défini par son âge :

• Tourisme des jeunes

• Tourisme du troisième Age

2.9. En fonction du budget :

• Tourisme de luxe
• Tourisme social

2.10 En fonction de la nature d'acquisition du voyage :

• Voyage simple ou libre (avec ou sans intermédiaire)
• Voyage organise
• Voyage sur demande ou à forfait (le package)
• Voyage à la carte

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

III- LES NOUVELLES TENDANCES (LE TOURISME ALTERNATIF) :

Avec l'évolution , le tourisme adopte globalement lui aussi de nouveaux concepts .
On voit apparaître aujourd'hui dans les produits touristiques , une terminologie nouvelle tels que ;

- Tourisme durable
- Tourisme responsable
- Tourisme événementiel
- Tourisme solidaire
- Tourisme équitable
- L'écotourisme
- Le tourisme pro-pauvre

1. Le tourisme durable :

- Selon l'OMT, le tourisme durable est le tourisme qui répond aujourd'hui aux besoins des touristes et des régions qui les accueillent, tout en protégeant et en améliorant les ressources pour l'avenir.

- Le tourisme durable mène à une gestion de toutes les ressources de manière à combler les besoins économiques , sociaux et esthétiques tout en préservant l'intégrité culturelle, les processus écologiques , la diversité biologique et le milieu rural

Les principes de base du développement durable : Le développement durable peut également se définir par une série de grands principes qui constituent sa charte ;

la gestion intégrée : gestion globale qui tient compte de toutes les relations et interactions existant entre les systèmes ;

le long terme : réflexion des actions et projets sur une échéance supérieure à 4 ou 5 ans ;

la précaution : maintien d'un certain nombre d'options possibles ouvertes lorsque subsiste un doute ou une incertitude ;

la prévention : choix des solutions limitant au minimum les impacts, afin de réduire les actions correctives après la mise en œuvre des projets ;

la responsabilité : engagement global et universel qui renvoie à la responsabilité individuelle et locale ;

la solidarité : notion de reconnaissance d'intérêts communs entre personnes , entreprises , États , etc., impliquant pour les uns l'obligation morale de ne pas la desservir les autres et de leur porter assistance.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

2. Le tourisme responsable :

Aussi appelé tourisme éthique , il fait référence à la conscience sociale et à la façon de voyager du touriste , ayant pour objectif :

- Le développement économique et l'épanouissement des populations locales.
- La préservation à long terme des ressources naturelles, culturelles et sociales .
- Une rencontre authentique entre les voyageurs et les populations locales .

Aujourd'hui , de nombreux touristes sont sensibles à l'impact de leur périple sur la région qui les attire , et expérimentent de nouvelles formes de voyages . Ils cherchent à être cohérents avec les principes citoyens qu'ils appliquent chez eux , mais aussi à améliorer la qualité de leurs vacances , pour faire du voyage une expérience authentique.

Aussi on associe spontanément à cette notion le terme de « respect » , principalement de l'environnement , de la nature mais aussi des populations et de leurs coutumes.

3. Le tourisme événementiel :

L'événementiel a pris de l'importance partout dans le monde.

Toute manifestation régulière ou ponctuelle dans le pays est en somme , une opportunité pour le tourisme de provoquer une activité touristique liée à l'événement .

Il est certain que le développement important de ces manifestations , culturelles ou sportives , urbaines ou rurales , ne date pas d'hier. Mais il est évident que certaines d'entre elles ont joué le rôle de révélateur pour la plupart des acteurs s'intéressant au développement économique et culturel du pays organisateur .

En se remémorant certains événements culturels ou sportifs , on s'est rendu compte que la société était à la recherche de ces grands rassemblements populaires et que les publics désiraient avoir une offre de festivités à l'échelle de leur territoire ou sur leur lieu de villégiature.

Exemple, on peut citer quelques manifestations d'envergure internationale ou nationale :

- L'organisation de la coupe du monde du foot Ball,
- Les jeux des sports d'hiver,
- Le festival ou concert de musique,
- Les fêtes locales traditionnelles , fête du tapis , fête de la datte , fête du cheval , …

Le panel de manifestations à exploiter est vaste et reste important pour le tourisme réceptif .

Ces événements contribuent au développement de la zone de destination comme ils vont contribuer aussi à l'amélioration de l'image et la notoriété régionale ou nationale.

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

4. Le tourisme solidaire :

Le tourisme solidaire, s'inscrivant à la fois dans une perspective "RESPONSABLE" et "ÉQUITABLE", mais plus directement associé à des projets de solidarité :

- Soit que le voyagiste soutienne des actions de développement,
- Soit qu'une partie du prix du voyage serve au financement d'un projet de réhabilitation ou d'un projet social.

Les fondements de ce type de tourisme sont :

- l'implication des populations locales dans les différentes phases du projet touristique,
- le respect de la personne, des cultures et de la nature (échange, dialogue et partage)
- une répartition plus équitable des ressources générées.
- l'alternance entre activités culturelles, découverte de l'environnement, participation aux tâches quotidiennes, rencontres avec les partenaires locaux (ONG, associations...)

Mais c'est une solution encore onéreuse : Le tourisme solidaire s'adresse à des voyageurs habitués à partir en groupe et en "voyage organisé". Il est donc, malheureusement, loin d'être accessible à tous les budgets.

5. Le tourisme équitable :

Le tourisme équitable est donc un ensemble d'activités et de services, proposé par des opérateurs touristiques à des voyageurs responsables, et élaboré par les communautés d'accueil, qui participent de façon prépondérante à la gestion de ces activités.
Les bénéfices sociaux, culturels et financiers sont perçus en grande partie localement, et équitablement partagés entre les membres de la population autochtone.
Ainsi, il s'inscrit dans la même perspective que le tourisme solidaire, et veille à une juste répartition des bénéfices

6. L'écotourisme :

L'écotourisme est une manière de profiter de la nature, des paysages et des espèces tout en respectant les écosystèmes.
Il s'oppose totalement au tourisme de masse qui à l'inverse dégrade les milieux naturels.

7. Le tourisme pro-pauvre (pro-poor tourism) :

Désigne un développement de l'activité touristique basé sur la recherche et l'accroissement des bénéfices envers les populations pauvres.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

IV.L'HOTELLERIE :

L'**hôtellerie**, appelée également industrie **hôtelière**, est une activité appartenant au secteur tertiaire qui regroupe l'ensemble des établissements qui proposent un service d'accueil — de gîte et/ou de couvert — à des clients, de passage ou locaux, pendant une durée déterminée, en échange d'une contribution.

V-LES DIFFERENTS MODES D'HEBERGEMENT :

1. Les hôtels

2. Les motels

3. Le village de vacances

4. La résidence touristique

5. L'auberge

6. La pension

7. Le chalet

8. Le meublé du tourisme

9. Le terrain de camping

10. Le gîte d'étape

VI- LE ROLE DE L'HOTELLERIE :

- L'hôtelier qui accueille et héberge les touristes ;

- La collecte de devises étrangères qui pèsent d'une manière appréciable sur la balance de paiement de notre pays ;

- La participation d'une manière active à la vie économique et sociale de la population ;

- La contribution à la réputation et aux prestiges de notre pays.

VII.LA LIAISON DU TOURISME AVEC L'HOTELLERIE :

L'hôtellerie ne peut être dissociée du tourisme dont elle constitue l'une des composantes essentielles.
Sur le plan économique le tourisme représente un nombre important d'emploi
L'hôtellerie se trouve en liaison directe avec **les différents partenaires touristiques :**

- La direction du tourisme et de l'artisanat chargées de la coordination(DTA)

- Les offices du tourisme locaux et régionaux

- Les transports parmi eux les compagnies aériennes

- Les agences et les voyagistes

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

CONCLUSION :

Une action coordonnée de ces différents partenaires permet d'atteindre une meilleure efficacité dans le but de développer le tourisme

QUESTION N° 01 :

Citer les lieux accessibles pour la clientèle dans un hôtel ?

REPONSE :

Les chambres

- **Les locaux de prestations**

- Hall de l'hôtel
- Les restaurants
- Les boutiques

- **Les installations de loisir :**

Tennis, piscine

- **Les lieux de passages communs :**

Ascenseur, couloir, les sanitaires

QUESTION N° 02 :

Citer les locaux non accessibles dans les hôtels ?

REPONSE :

Back office : bureaux administratifs, consignes des bagages, coffres forts
Les locaux de personnel : Sanitaires, douches ; dortoir

QUESTION N° 03 :

Présenter bien l'historique du tourisme ?

REPONSE :

Le tourisme intègre tous les aspects de voyages , de découverte , de vacances , de divertissement , de détente et d'épanouissement voire même , de développement de l'homme.
Le mot « tourisme » est apparu au XIXe siècle, mais sa pratique est bien plus ancienne : le phénomène touristique plonge ses racines dans l'histoire.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Certaines formes de tourisme existaient déjà dans les civilisations antiques.
Les voyages d'études des Romains en Grèce, leur voyages d'agrément vers l'Egypte, leur villégiateurs climatiques estivales comme leurs fréquentations des sources thermales, avaient .pour motifs plus de distractions , de loisirs que de soins.
Le moyen âge a connu, lui aussi, des activités que l'on peut qualifier de touristiques : tourisme universitaire des écoliers et étudiants grandes foires , les pèlerinages … .
A ces formes de tourisme, **s'ajouta celle du voyage par plaisir et par curiosité** intellectuelle.

Lorsque le mot **tourist** apparaît au tout début du XIXe siècle en Grande-Bretagne – mot dérivé du français « tour » -- il désigne précisément les jeunes Anglais qui, par plaisir effectuent le « grand - tour de l'Europe ».
Le tourisme de cette époque était fondamentalement élitiste , voyage d'agrément et de formation qui permettait de rencontrer ses homologues dans toute l'Europe.
Le XIX siècle apporte plus que le mot tourisme : il voit se développer les éléments technologiques du tourisme moderne.
Les premières lignes de chemin de fer , les infrastructures hôtelières , les stations thermales , les stations d'hiver …
Le tourisme s'est véritablement développé depuis la seconde guerre mondiale , avec l'allongement de la durée de vie, l'abaissement de l'âge du départ à la retraite , le repos hebdomadaire , l'augmentation de la durée des congés payés … bref la réduction du temps de travail ou l'accroissent du temps libre.
Le développement spectaculaire des équipements et des moyens de transports a suscité la constitution d'une offre touristique permettent de répondre à la demande et en même temps de l'accroitre.

REFERENCES :

1. Anthony Simon, tourisme fondamentaux et technique,editon Dunod

2. Chris,cooper,le tourisme aujourd'hui,de boeck.

3. http://www.tourismesolidaire.org/tourisme-equitable-et- solidaire/definitions/tourisme-solidaire/le-tourisme-solidaire.html

4. www.world-tourism.org

5. www.lejournaldel'ecotourisme.com

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

LEÇON N° 02 : AGENCE DE TOURISME ET DE VOYAGES

OBJECTIF DE LA LEÇON N°02 : A l'issu de cette leçon, vous serez capable de présenter correctement les types des agences de tourisme et voyages.

PLAN DE LA LEÇON N°02 :

INTRODUCTION

I- DEFINITIONS DE L'AGENCE DE TOURISME ET DE VOYAGES

II- DIVERSITE DES FONCTIONS DE L'AGENCE DE TOURISME ET DE VOYAGES

III- LES METIERS DU TOURISME

IV- LES CONTRAINTES DU METIER DU TOURISME

CONCLUSION

REFERENCES

N.B : Vous trouverez plus de détail sur les agences de tourisme et voyages, dans le module **droit.**

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

INTRODUCTION :

Dans le monde moderne le publique opte pour le déplacement avec un organisme centralisateur qui assure tous les moyens de transport et d'hébergement qu'il cherche avoir les renseignements et les meilleures prestations existantes.

I. DEFINITIONS DE L'AGENCE DE TOURISME ET DE VOYAGES :

1. Définition juridique :

Sur le plan juridique, le législateur Algérien dans l'article n°03 de la loi 99-06 du 04 Avril 1999 fixant les règles régissant l'activité de l'AV, définit l'AV comme étant :
« Toute entreprise commerciale qui exerce de façon permanente une activité touristique consistant à vendre, directement ou indirectement, des circuits et des séjours individuels ou en groupe ainsi que tous service s'y rattachant ».

2. Définition économique :

Dans l'économie de tourisme, l'agence de tourisme et de voyage est :
« Toute entreprise commerciale à but lucratif qui joue le rôle d'intermédiaire entre le client et le fournisseur de prestations touristiques ».
Ainsi l'agence de tourisme et de voyage a deux principales fonctions :
La fonction de distribution qui comporte la vente des titres de transport maritime, terrestre et aérien ainsi que la vente des produits de base comme : L'hébergement, la location de voiture, les assurances, le visas, les change…etc.
La fonction du produit : c'est l'organisation de voyage qui est faite de deux façons :
- Soit à la demande du client.
- Soit programmée et organisée par l'AV et dans ce cas l'agence prend le statut du TO.

3. Définition de l'OMT :

L'organisation mondiale du tourisme en sa qualité de principale responsable de tourisme mondiale définit l'agence de tourisme et de voyage comme suit :
« C'est une entreprise de service qui :

- fournit au public l'information sur les voyages possibles, l'hébergement et les services afférents, y compris les horaires, les tarifs et les conditions des services tout en développant les ventes.
- Est autorisée par le fournisseur de ses services à les vendre aux tarifs indiqués, le contrat de vente (billet) précisant que l'acheteur et le fournisseur sont les deux parties à l'accord. L'agence quant à elle n'agissant que comme intermédiaire.
- Est rémunérée pour ses services par le fournisseur au moyen d'une commission calculée en pourcentage du prix de vente » .

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

II.DIVERSITE DES FONCTIONS DE L'AGENCE DE TOURISME ET DE VOYAGES :

Les fonctions de l'agence de tourisme et voyage sont classées en deux types fondamentaux :

1- La billetterie :

Ou vente sans organisation, de titres de transports et la distribution, vente de produits finis, notamment :

- Vente de titres de transport par chemin de fer, avion, bateau,…
- Réservation d'hébergements : hôtels, locations meublées, clubs, …
- Location de voitures ;
- Services divers : réservations d'excursions, guides, assurances diverses concernant les voyages, visas, change.
- Ventes de voyages à forfaits fabriqués par les T.O (voyagistes).

Remarque : La vente de billets d'avions des compagnies aériennes est soumise à l'agrément de l'IATA (L'Association internationale du transport aérien). Cet agrément est subordonné à des conditions assez strictes. La vente de transport aérien représente souvent la plus grande part du chiffre d'affaires des agences de voyages agrées.
L'agence de voyages revend ces prestations aux prix et conditions indiqués par les entreprises fournissant ces services. Elle est rémunérée par une commission payée par les fournisseurs, variable selon le type de vente et le volume de vente réalisé pour le compte du producteur.

2. La production, ou organisation de voyages :

- Soit à la demande du client, selon ses souhaits, voyages individuels ou en groupe, à but de loisir ou d'affaires ;
- Soit programmés à l'avance, avant que la demande ne se manifeste : c'est alors une activité de tour-opérateur.

C'est à ce niveau donc que se situe la distinction essentielle entre le TO et l'agence de voyages distributrice.
Les deux activités sont évidemment compatibles et de grandes agences de voyages peuvent avoir une cellule de tour-opérateur (TO) et revendre leurs propres produits. De la même façon, les tour-opérateurs peuvent avoir leurs propres points de vente, distribuant leurs produits soit de manière exclusive, soit à coté de produits d'autres TO.
Les agences de voyages peuvent combiner ces deux fonctions de billetterie et de production à des degrés divers.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Question :

Citer les types des agences de tourisme et voyages ?

Réponse :

Les agences de tourisme et voyages sont :

- L'agence de voyages, uniquement distributrice, qui ne fait que la billetterie, la revente, à l'exclusion de toute autre activité d'organisation. Le personnel est donc surtout conseiller et vendeur spécialisé ;

- L'agence de voyages revendeuse et organisatrice de voyages sur demande ayant donc dans son personnel des techniciens du voyage, aptes à confectionner un voyage organisé dans toutes ses composantes ;

- L'agence de voyages-tour-operateur, revendeuse et organisatrice, intégrant donc toutes les fonctions précédemment décrites.

Des agences peuvent se spécialiser dans une direction particulière ou créer en leur sein des départements spécifiques, par exemple :

- Services aux entreprises et hommes d'affaires, pouvant aller jusqu'à la création d'un point de vente dans les locaux du client (implant) ;

- Réceptif c'est-à-dire préparer et assurer le séjour sur place de clients envoyés par des correspondants étrangers (réservations d'hôtels, transferts, excursions).

III.LES METIERS DU TOURISME :

Le tourisme regroupe un ensemble d'activités difficile à cerner, mais dont l'importance pour l'économie est considérable, il rapporte des devises et crée des emplois, une solide formation favorise l'insertion professionnelle bien qu'elle ne soit qu'un atout parmi d'autre, les aptitudes personnelle tel que le dynamique et la facilité des contacts sont indispensable
On distingue plusieurs types de métiers du tourisme :

1. Les Métiers liés à la commercialisation « Agence de tourisme et de voyage ».

2. Les Métiers liés à la Confection :

Parmi ces métiers, on cite :

- **Guide et animateurs :**

Guide interprète : Il guide les clients, leurs fait découvrir les curiosités d'un site ou d'un monument, les musées tout en assurant le commentaire lors de ses visites, il doit être titulaire de la carte professionnelle

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Guide accompagnateur : Il accompagne un groupe de touristes pour le compte d'une agence de voyage, ou un tour opérateur et il veille au bon déroulement du séjour.

Animateur de tourisme : sa formation est celle des animateurs de la branche socioéducative, indispensable dans un village de vacances, il établit des programmes d'activités très diversifiées pour créer une ambiance de détente et donner une vie au village.

Animateur du patrimoine : Il est chargé de présenter le patrimoine historique d'une région et de développer les produits touristiques (offices de tourisme, groupements d'hôteliers).

- **Dans les agences de voyage :**

Billettiste : Il vend les titres de voyages (air, fer, mer) proposés par les agences de voyage et les associations de tourisme

Agent de comptoir polyvalent : Renseigne, s'occupe des réservations et il peut confectionner les voyages et les vendre.

Forfaitiste : Il étudie les circuits de voyages à la demande du client, il conçoit également des produits touristiques destinés à être vendus sur catalogue.

Directeurs d'agence : Il décide des produits qui seront vendus par son agence, traite avec les fournisseurs et s'occupes de la gestion financière et comptable de l'établissement.

IV.LES CONTRAINTES DU METIER DU TOURISME :

On distingue quatre grandes rubriques de contrainte liées aux métiers du tourisme :

1. Le problème de sur réservation : (surbooking) :

Il est dû à la forte saisonnalité du secteur touristique, les hôteliers louent parfois à fin de réaliser un remplissage optimal de leur établissement, leurs chambres à 120% ou 150 % et même plus en pratiquant cela, on ne peut contrôler le remplissage effectif au jour « J », il n'est pas rare que des clients se retrouvent ainsi sans chambre disponible alors que leurs réservation a été faite à son temps.

Ce phénomène touche en réalités l'ensemble des prestataires d'hébergement, transporteurs et donc sur les agences distributrices qui recueillent les doléances des clients insatisfaits de n'avoir pu obtenir comme prévu dans le contrat la prestation demandée.

2. Les risques de change :

Les prestations sont payées (en tout ou en partie) plusieurs mois avant la réalisation du voyage, pendant ce laps de temps le cours des monnaies fluctue et peut entraîner des pertes conséquentes.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

3. L’instabilité du secteur aérien :

Plusieurs compagnies aériennes sont en danger par les risques de la faillite et de la concentration mondiales des compagnies et elles font engendrer des pertes considérables aux voyagistes qui ont réservé leurs blocs –sièges une année à l’avances pour préparer leurs productions.

4. Les VDM :

Les ventes de dernières minutes (VDM) progressent sensiblement depuis 2à 3ans, selon le syndicat national des agents de voyage, les VDM représenteraient près de 10% des ventes des voyagistes.

Les consommations, de plus en plus tendance à vouloir acheter le tard possible, ce phénomènes entraîne des modifications dans l’acte du vente et son organisation générale.
En effet et pour centrer ce problème les voyagistes propose des réductions pour les premiers achats.

CONCLUSION :

Une agence de tourisme et voyage doit se baser sur la qualité relationnelle des clients comme, la façon d'écouter, de respecter et de répondre précisément aux besoins des clients, ainsi que de proposer des services à des prix raisonnables, elle doit avoir accès à l’information fiable et de qualité afin de répondre aux exigences des consommateurs.

QUESTIONS :

1-Présenter l’histoire des agences de tourisme et voyages ?
2-Quelles sont les activités des agences de tourisme et voyages ?

REPONSES :

1-Histoire des agences de tourisme et voyages

L’histoire des agences et associations de voyages a environ un siècle et demi.
L’anglais « Thomas Cook » est le premier à entreprendre en juillet 1841 le premier voyage organisé long de 35Km entre Loughborough et Leicester.

En 1845, il ouvre une agence de voyages à Leicester et organise des excursions jusqu'à Liverpool e Glasgow.
Dès 1850 il expose dans un mensuel, l’idée de voyage en Amérique du nord, dans toute l’Europe et aux lieux saints du proche orient.

En 1866, il organise la première croisière et en 1871 il conduit le premier tour du monde.
Par la suite, il confia à son fils la gestion de ses affaires ; à sa mort en 1892, « Thomas Cook and Son » employait plus de 1700 personnes dans 84 bureaux et 85 agences de par le monde avec comme clientèle l’élite européenne et américaine.
Dans d’autres pays, d’autres voyagistes ont suivi les traces du précurseur Thomas Cook :

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- En Italie, en 1878, Massimiliano Chiari ouvre à Milan une agence pour accueillir les touristes étrangers.
- En France, en 1873, Alfonse Lubin fonda à Lyon la première agence.
- En Amérique du nord beaucoup de voyagistes ont très vite vu le jour : Fugazi, Prisco-Travel, Ferguson, American Express Co… .
- En Suisse en 1911, Alfred Kuoni créer la première agence dans son pays et ainsi de suite… .

Durant le 19e siècle les voyages étaient organisés par voie de chemin de fer ou maritime.
Au début du 20e siècle sont apparus les circuits par autocar destinés à une clientèle à revenu moyen.
La première excursion en autocar aurait été organisée en Angleterre en 1910, et en France en 1918.

C'est précisément à partir de 1981 que l'avion, alors de création récente, devient commerciale.
Le premier forfait aérien fut organisé par la compagnie Thomas Cook and Son en 1927 entre New York et Chicago pour y assister à un combat de boxe.
A l'époque le prix du transport aérien était relativement élevé mais à partir des années 50 l'avion devient très compétitive, c'est ainsi que les compagnies aériennes se sont attaquées au marché touristique en créant leur propre réseau de production et de distribution de voyages.
A partir des années 60 l'industrie touristique est née avec la multiplication des entreprises et des produits :

- **Transport :** aérien, maritime, ferroviaire, routier (autocar, voiture personnelle, location de voitures avec ou sans chauffeur).
- **Hébergement :** hôtel, motel, village de vacances, résidence-hôtel, résidence secondaire, gites ruraux, meublé locatif saisonnier, chambre d'hôte, refuge et gite d'étape, condominium, croisière, camping, caravaning, camp de toile, auberge de jeunesse, colonie de vacances… .
- **Restauration :** traditionnelle, industrielle ou rapide, typique ou régionale… .
- **Animation :** sociabilité, mouvement, créativité, culturelle, aventure, tranquillité.
- **Produit :** séjours, circuits, circuit/séjour, croisière, vacances actives, séjour nature, séjour linguistique… .

Ainsi, on s'aperçoit que le tourisme en tant que phénomène social est relativement récent mais son développement a été si rapide et si général qu'il a vite atteint le stade industriel, il est aujourd'hui le fait de million d'entreprises et concerne des centaines de million de consommateurs, le tourisme n'est plus un bien de luxe ou un bien supérieur mais un bien de consommation courante.
La production ou l'organisation de voyage est l'activité des Tours Operators mais le phénomène de l'intégration a conduit les agences distributrices et les compagnies de transport à avoir des filiales de production de voyages.
Ce ci pose le problème de la définition de l'agence de voyages et l'identification de ses domaines d'activités.

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

2-Les activités de l'agence de tourisme et de voyages

Les activités de l'agence de tourisme et de voyages consistent notamment en ce qui suit :
- l'organisation et la vente de voyages, de circuits touristiques et de séjours individuels ou en groupes ;
- l'organisation d'excursions et de visites guidées dans les villes et les sites et monuments à caractère touristique, culturel et historique ;
- l'organisation des activités de chasse, de pêche et de manifestations artistiques, culturelles et sportives et la tenue de congrès et de séminaires en complément de l'activité de l'agence ou à la demande des organisateurs
- la mise à la disposition des touristes, d'un service d'interprètes et de guides
- l'hébergement ou la réservation de chambres dans les établissements hôteliers ainsi que la fourniture des services qui lui sont liés
- le transport touristique et la vente de titres de transport de tout ordre selon les conditions et le règlement en vigueur au sein des établissements de transport
- la vente de billets des spectacles et des manifestations à caractère culturel, sportif ou autre
- l'accueil et l'assistance des touristes durant leurs séjours ;
- l'accomplissement, pour le compte des clients, des formalités d'assurance pour toute forme de risques qui découlent de leur activité touristique ;
- la représentation d'autres agences locales ou étrangères en vue de fournir en leur nom et place les différents services
- la location de voitures avec ou sans chauffeur ainsi que le transport de bagages, la location de caravanes et autres matériels de camping.

REFERENCES :

1. Décret n° 17-161 du 18 Chabane 1438 correspondant au 15 mai 2017

2. Décret n° 99-06 du 04 Avril 1999

3. Didier Abric ,Jean-Luc Briot, Ouvrir une agence de voyages, collection hôtellerie et tourisme

4. Broché, Le guide des métiers du tourisme et de l'hôtellerie restauration,stadyrama ,2020

5. François,Bedard,l'agent de voyage à l'ère de commerce électronique

6. https://www.documentissime.fr/dossiers-droit-pratique/dossier-156-la-responsabilite-des-agences-de-voyages-et-des-tour-operateurs/qu-entend-on-par-agence-de-voyages-tour-operateur-

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

LEÇON N°03 : LES POTENTIALITES TOURISTIQUES EN ALGERIE

OBJECTIF DE LA LEÇON N°03 : A l'issu de cette leçon, vous serez capable de présenter correctement les potentialités touristiques de l'Algérie.

PLAN DE LA LEÇON N°03 :

INTRODUCTION

I.LE POTENTIEL NATUREL

II.LE PATRIMOINE CULTUREL, HISTORIQUE EN ALGERIE

III.LES INFRASTRUCTURES DE BASE

IV.LA TELECOMMUNICATION

V.L'ENERGIE

CONCLUSION

REFERENCES

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

INTRODUCTION :

L'Algérie dispose d'une variété de potentialités dont la valorisation peut donner naissance à une industrie touristique étendue et prospère. Ces potentialités résident dans la beauté et la diversité des paysages que représentent les sites côtiers, montagneux et Sahariens du territoire. Elles résident également dans les sources thermales dont les caractéristiques et les vertus sont multiples, offrant ainsi de larges possibilités d'application aussi bien sur le plan médical que du point de vue de ce qui a trait à la recherche du repos et de la détente.

I. LE POTENTIEL NATUREL :

L'Algérie se caractérise par d'importantes potentialités touristiques riches et diversifiées, dont

1. La situation et le climat :

- L'Algérie est un Etat du Nord de l'Afrique est fait partie de la zone Maghreb, limité au Nord par la mer méditerranée, à l'Est par la Tunisie et la Lybie, à l'Ouest par le Maroc, la Mauritanie et la République Arabe Sahraouie Démocratique, et au Sud par le Mali et le Niger.
- Sa superficie est de 2.381.741 Km^2, c'est un des plus grands et plus vastes pays d'Afrique.
- Son climat est caractérisé **par trois variantes** :

• **Climat Méditerranéen** : couvre toute la côte Algérienne qui s'étend de l'Est à l'Ouest. Sa température moyenne est de 18°c (d'Octobre à Avril) et 30°c (de Juillet à Aout).

• **Climat Tempéré Sec** : couvre la zone des hauts plateaux, se caractérise par une saison froide et humide d'Octobre à Mai, avec une température de 5°c et elle arrive à 30°c durant le reste de l'année.

• **Climat Sec (Désertique)** : couvre le sud du pays, se caractérise par une saison longue et chaude de Mai à Septembre avec une température plus de 40°c. pour le reste de l'année se caractérise par un climat méditerranéen et doux, ce qui permet l'activité touristique durant la saison d'hiver.

2. Le littoral algérien :

L'Algérie baigne sur 1600 Km de côtes, se caractérise par son altitude et sa composition rocheuse.

3. Les zones montagneuses :

L'Algérie compte de nombreuses chaines de montagnes, du nord au sud du pays. L'Atlas Tellien, avec la fameuse station d'hiver de Chréa, l'Ouarsenis et la cédraie de Tissemsilt, le Djurdjura et le mont de Lalla Khadidja et les stations de Tikijda, les Aurès avec le mont Chelia, et les balcons du Rhoufi jusqu'au sud où se trouve les majestueux Hoggar et Tassili. A l'ouest du pays, les Béni Chougrane, à l'est les monts Babors et les gorges de Kherrata et les fameuses portes de fer, les Nememcha et l'Edough.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

4. Les zones sahariennes :

Le Sahara de l'Algérie occupe une superficie de 2.000.000 Km^2 soit le 4/5 du territoire. Elle est repartie en cinq grandes zones : Adrar, Illizi, Oued M'Zab, Tamenghest et Tindouf.
Le Sahara est un des atouts majeurs de l'Algérie en matière de tourisme. Le site le plus connu est celui de l'***Ahaggar***, dans la région de Tamanrasset, véritable plateau circulaire de plus de 130 Km de diamètre et une altitude moyenne de 2.000 m. Son point culminant : l'***Atakor*** à plus de 2.500m d'altitude.

5. Les stations thermales :

Le nombre de sources thermales officiellement recensées et enregistrées est de 202, se concentrent au nord du pays. Parmi les stations les plus connues :

-Les stations thermales médicalisées : Algérie possède dix (10) stations thermales, il s'agit des stations Suivantes :

- Hammam Bouhanifia (Mascara) ;
- Hammam Bouhadjar (Ain Temouchent) ;
- Hammam Boughrara (Tlemcen) ;
- Hammam Rabbi (Saida) ;
- Hammam Righa (Ain Defla) ;
- Hammam Guergour (Setif) ;
- Hammam Salhine (Biskra) ;
- Hammam chellala (Meskoutine) (Guelma) ;
- Hammam zalfana à Ghardaïa ;
- En plus de la thalassotherapies de Sdi fredj .

Ces stations thermales sont gérées par la Société Algérienne de Thermalisme et sont conventionnées avec les différentes caisses de sécurité sociale (CNAS, Casnos, caisse militaire) Ces établissements disposent de structures d'accueil et d'équipements adéquats ainsi qu'un encadrement médical .

6. Les parcs nationaux touristique :

Un parc est une zone délimitée d'un territoire, maintenu dans son état naturel (dans un but de conservation de la nature) ou semi-naturel et paysager (dans un but de loisirs).

Aujourd'hui on compte **11 parcs nationaux** :

• **Huit (08) au Nord du pays** d'une superficie totale de 165 362 ha, qui relèvent de l'administration forestière il s'agit :
Djurdjura, Chréa, El Kala, Gouraya , Taza (classés en Réserve de la Biosphère ainsi que le Belezma ,Theniet El Had et Tlemcen

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

• **un (01) en zone steppique** , le parc national de **Djebel Aïssa** d'une superficie de 24 500 ha, dans la **wilaya de Nâama classé en 2003** par le ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement.

• **Deux (02) dans le grand sud**, il s'agit du parc national du Tassili, celui de l'Ahaggar classés en Réserve de la Biosphère.

II. LE PATRIMOINE CULTUREL, HISTORIQUE EN ALGERIE:

1. Les sites historiques classés patrimoine mondial culturel par l'UNESCO :

• **La Casbah d'Alger** : l'un des plus beaux sites urbains de la Méditerrané, la Casbah d'Alger est une médina qui a traversé les âges pour nous raconter l'histoire et la mémoire des algérois d'antan.

• **La Kalaa des Béni Hamad** : la cité des Béni Hamad a été créée en 1007, et a été la capitale des Hammadite pendant plus d'un siècle et demi, dans un décor montagneux d'une beauté exceptionnelle.

• **Djemila** : le site archéologique de Djemila, est la représentation parfaite du génie urbanistique des Romains, bâtie à 900m d'altitude ; la cité est une parfaite adaptation entre nature et civilisation.

• **Timgad** : Timgad fut bâtie dans le Nord des montagnes de l'Aurès par l'empereur romain Trajan pour en faire une colonie militaire.

• **Tipaza** : dans le but de conquérir le royaume mauritanien, les romains occupèrent Tipaza afin de faciliter la liaison avec Rome.

• **La vallée du M'Zâb** : l'architecture et le style urbanistique de la vallée du M'Zâb sont la représentation de ce que peut faire l'homme afin de faciliter la vie en communauté. Fondée au Xe siècle, ce site a su se préserver, et cela grâce à sa population Berbère.

• **Le tassili** : Le seul site de patrimoine mixte en Algérie est le celui du **Tassili** (Sahara). En effet, ce site est souvent qualifié de musée en plein air, dans un décor désertique ; on y trouve les traces de civilisation très ancienne.

III. LES INFRASTRUCTURES DE BASE :

1. Le transport :

La densité des réseaux routier, maritime et aérien réalisé en Algérie constitue un facteur important devant encourager l'essor touristique de ces régions. Ce réseau est considéré comme le plus important à l'échelle du Maghreb.

1-1- Le réseau routier : La longueur du réseau routier en Algérie arrive à 109.452 km, se concentre dans la partie nord du pays. Dont :
- Les routes nationales : 28.275 km.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- Les routes départementales de Wilaya : 23.926 km.

- Les routes secondaires : 57.251 km.

1-2- Le réseau ferroviaire : La longueur du réseau ferroviaire s'étend sur près de 4500 km et doté de plus de 200 gares couvrant surtout le nord du pays. Ce réseau est constitué de :
- 1435 km de voies normales.

- 1055 km de voies étroites.

- 305 km de voies doubles.

- 299 km de voies électrifiées.

1-3- Le réseau aérien : Les infrastructures de base du transport aérien en Algérie ont connu un développement remarquable concrétisé par la réalisation de 53 aéroports à travers le territoire algérien. Il faut par ailleurs préciser que 13 de ces aéroports ont une vocation internationale.
- 05 aéroports internationaux : Alger, Oran, Constantine, Annaba, Ghardaïa

- 08 aéroports nationaux : Béchar, Bejaïa, El-Ouadi, Ouargla, Ain Salah, Djanet,

Biskra, Illizi ;

- 14 aéroports régionaux ;

- 19 aéroports avec utilisation limitée, dont 04 aéroports pour la recherche et l'exploitation dans le domaine des mines et des hydrocarbures.

La Compagnie Nationale Aérienne " Air Algérie " couvre 37 escales à travers l'Europe, l'Afrique et le Moyen Orient. Air Algérie dessert également les plus importantes villes de l'intérieur ainsi que les régions touristiques en complément des réseaux du transport routier et maritime.

1-4- Le réseau maritime : L'activité maritime concerne 13 ports à multiples usages et un grand nombre de petits ports de pêche et de plaisance. A signaler que les échanges commerciaux internationaux se font essentiellement par voie maritime.
Les activités maritimes sont assurées par cinq (05) entreprises spécialisées (cabotage, marchandises, hydrocarbures ...).

IV. TELECOMMUNICATIONS :

Le réseau téléphonique couvre l'ensemble du territoire national dont 96 % des capacités installées sont en mode automatique alors que le nombre d'abonnés est d'environ un million.
Le ratio lignes téléphoniques / nombre d'habitant atteint le taux de 3,9 / 1 000. Le secteur connaît actuellement une opération d'extension et de modernisation avec la généralisation du numérique et la mise en place du téléphone mobile de type GSM.

V.L'ENERGIE :

La couverture du pays en énergie électrique atteint les 94 % constituée de 160 000 km de lignes. En plus de la couverture des besoins intérieurs, l'Algérie détient aussi les plus grandes réserves découvertes en gaz naturel dans le monde.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

CONCLUSION :

La diversité des potentialités touristiques permettant la pratique de plusieurs formes du tourisme dans le pays, pour cela l'état algérien doit prendre en considération ses potentialités touristiques pour développer son tourisme.

Exercice : Présenter les types du tourisme dans une carte géographique.

Solution :

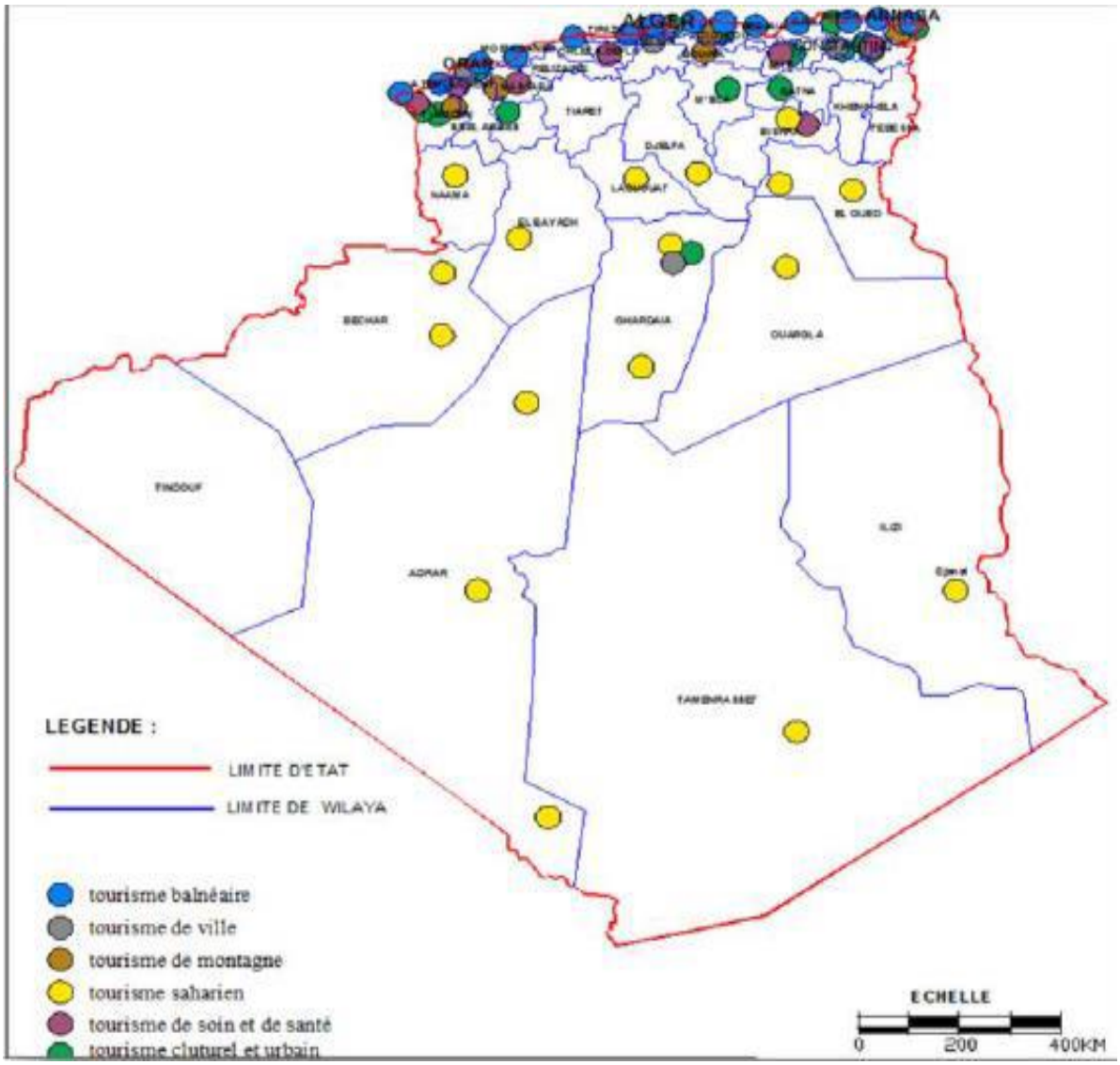
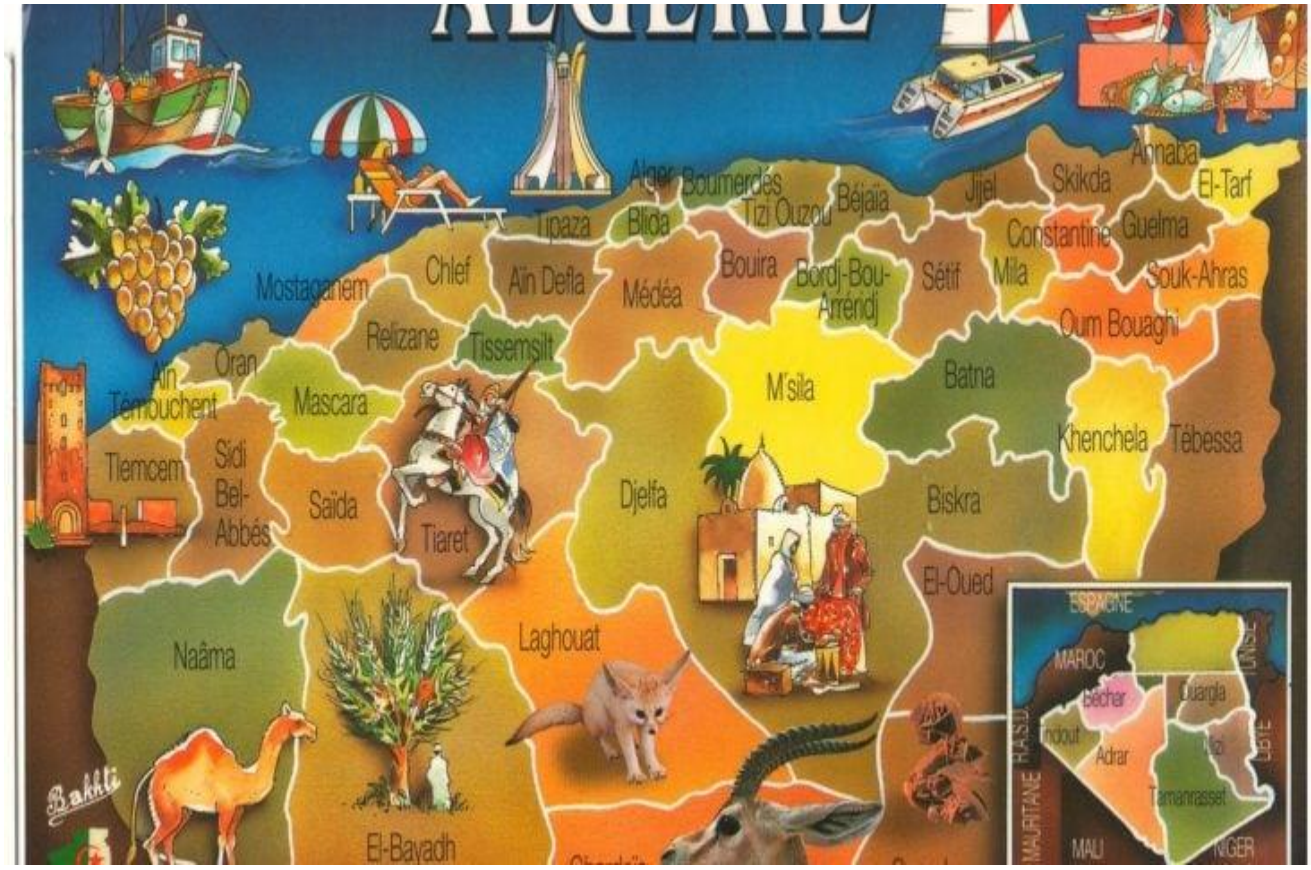


Figure N°1 : les types du tourisme en Algérie

WWW.DZREN.COM قلم الجزائر



Carte n°1 : Potentiel touristique en Algérie

Références :

1. Schéma directeur d'aménagement touristique SDAT 2025. Livre
2. Office national du tourisme : Algérie Balnéaire guide touristique
3. Office National du Tourisme : Algérie mémoire et miroirs guide touristique
4. Office National du tourisme : Algérie sources thermales guide touristique
5. le site officiel de l'UNISCO : http://www.unisco.org/
6. http://algeriantourism.com/
7. http://www.algeriantourism.com/articles
8. https://fr.slideshare.net/Saamysaami/potentionalit-du-tourisme-en-algrie

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

LEÇON N°04 : L'ATTRACTIVITE D'UN SITE TOURISTIQUE

OBJECTIF DE LA LEÇON N°04 : A l'issu de cette leçon, vous serez capable de présenter les critères de l'attractivité touristiques d'un site.

PLAN DE LA LEÇON N°04 :

INTRODUCTION

I-INVENTAIRE DES INTERETS

II-CLASSIFICATION DE PIERRE DEFERT

ETUDE DE CAS

REFERENCES

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

INTRODUCTION :

Les critères de sélection de l'attractivité d'un site touristique sont déterminés par un inventaire des potentialités et centres relevant d'intérêts touristiques. Le concepteur de voyages opère une classification des sites pertinents qui sont intégrés au programme des visites touristiques.

I. INVENTAIRE DES INTERETS :

L'inventaire s'effectue par un classement des données du milieu, des sites, des vestiges, des monuments ou des réalisations contemporaines de la zone considérée à l'état brut.
Les potentialités ainsi analysées sont ensuite examinées et assorties d'un choix de thèmes adéquats qui sont susceptibles de mieux rendre compte du caractère original, particulier ou exceptionnel du potentiel.

La méthodologie de l'inventaire peut s'effectuer de deux façons :

1. Par la production d'une grille de lecture :

Elle permet d'aboutir à l'établissement d'un catalogue ordonnant la classification en catégories, types et sous-types de ressources.

Exemple :

Catégorie : site naturel
Type : montagne
Sous-type : Haute montagne – Piémont – Ravins – Gorges.
Les autres rubriques que comprend une grille de lecture :

a-Les ressources : Les sites naturels, les manifestations culturelles (musées), le folklore, les réalisations techniques, scientifiques et artistiques contemporaines.
Les événements programmés tels que : foires, salons, fêtes nationales et religieuses les commémorations

b-Les installations touristiques : Hébergement, parahôtellerie, services et installations récréatives.
Infrastructures, transports, communications et télécommunications.

c-Les activités touristiques : Distractions, les visites culturelles et naturelles, les activités programmées (artisanat, stages).

2. Par les moyens conventionnels :

Cartographie, photographie aérienne, cartes topographiques, cartes spécifiques (à thèmes), les guides, Internet et divers ouvrages.

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

II. CLASSIFICATION DE PIERRE DEFERT :

L'inventaire est fondé sur une typologie en (5) catégories d'intérêts

- **L'hydrome :** tout élément associé à l'eau (mer, lac, fleuve, etc.)
- **Le phythome :** tout élément naturel, à l'exclusion de l'eau (flore et faune)
- **Le lithome :** tout élément construit par l'homme (bâtiments, vestiges, …)
- **L'enthropome :** tout élément, relatif à l'homme lui-même (culture, artisanat, arts, etc.)
- **Le mnémome** : tout élément, relatif aux souvenirs (mémoire), perçu comme attrait touristique.

ETUDE DE CAS : Les ressources touristiques constituent la condition de base au développement du tourisme comment et donner des exemples ?

SOLUTION : Il est à noter que les ressources touristiques constituent la condition de base au développement du tourisme ; Elles déterminent la force d'attraction, d'une région, d'une station et en définissant les potentialités et atouts touristiques par ailleurs, les ressources induisent les activités touristiques.

A titre d'exemples :

- La neige c'est une ressource Le ski est une activité
- La chasse est une activité
- La forêt c'est une ressource
- La randonnée est une activité
- La pêche est une activité
- La mer c'est une ressource
- La plongée est une activité
- Le sable c'est une ressource Le ski sur sable est une activité

Chaque ressource détermine une ou plusieurs activités qui nécessiteront un aménagement ponctuel ou global avec une définition rationnelle des équipements à mettre en place.
Il faut souligner la nécessité, pour un pays, une région ou une station de dresser un inventaire des ressources afin de pouvoir adopter une politique touristique qui soit une mise en valeur réfléchie, planifiée et rationnelle de ses richesses. Autrement dit de respecter et protéger l'environnement naturel, socioculturel en matière d'implantation et d'aménagement touristique.

La devise en matière de développement de l'activité touristique, selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (O.M.T) est :
« Penser global et agir local »

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Référence :

1. http://homepages.ulb.ac.be/~jmdecrol/Upload_enseignement/TOURF408_Textes.pdf
2. Monographie touristique du M'Zab, 2006
3. Monographie touristique du Ghardaïa , 2006
4. http://www.mae.gov.dz/Monographie.aspx
5. https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2016-3-page-149.htm
6. https://journals.openedition.org/teoros/792
7. https://www.euromontana.org/wp-content/uploads/2014/08/20130729_docpreparatoire_comitescientifique.pdf

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

LEÇON N°05 : CARACTERES ET DIMENSIONS DU FORFAIT

OBJECTIF DE LA LEÇON N°05 : A l'issu de cette leçon, vous serez capable de définir et de déterminer correctement les caractères et les dimensions du voyage à forfait.

PLAN DE LA LEÇON N°05 :

INTRODUCTION

I-DEFINITION D'UN VOYAGE A FORFAIT

II- LES CARACTERES D'UN FORFAIT

III- LES DIMENSIONS DU FORFAIT

IV-LES PHASES DE CONSTRUCTION D'UN FORFAIT

REFERENCES

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

INTRODUCTION :

Le forfait se maîtrise difficilement sur le plan qualitatif en raison de la multitude des intervenants participant à sa composition. De plus, la gestion et la commercialisation des forfaits évolueront constamment en fonction des objectifs des voyagistes, eux-mêmes condamnés à s'adapter aux effets de mode et aux particularités de la conjoncture économique, La production de forfait s'inscrit donc dans le cadre d'une industrie de service très fluctuante.

I-DEFINITION D'UN VOYAGE A FORFAIT :

Le voyage à forfait comprend un ensemble de prestations (transport, hébergement, visites, animations…) qui composent un circuit ou un séjour étalé sur une durée définie. Son prix est fixe, déterminé avant le départ et comprend toutes les prestations indiquées dans le programme de voyage. Il s'adresse à des clients voyageant individuellement ou en groupe. Enfin, les professionnels le calculent :

- Soit à la demande dans le cadre d'un voyage conçu « sur mesure »
- Soit dans le cadre d'une production « en série » destinée à un large public, on parle alors de « confection ».

Comment peut-on faire la distinction entre les différents voyages à forfait ?

La distinction entre les différents voyages à forfait s'articule autour **de 4 paramètres** :

- L'existence ou l'absence d'un mode de transport dans le programme
- La nature du mode de transport utilisé (air, fer, mer, route).
- Le degré de liberté laissé au voyageur dans le programme du voyage, relatif au nombre de prestations incluses.
- Le mode de fabrication du forfait : sur mesure ou en série.

II.LES CARACTERES D'UN FORFAIT :

Le forfait regroupe des prestations différentes les unes des autres mais néanmoins très complémentaires. La diversité des services inclus dans le forfait lui confère son **caractère hétérogène et composite**. En effet, fréquemment, le forfait comprend des prestations d'hébergement, de transport, d'accueil et d'accompagnement et de restauration ainsi que des visites, des animations et une assurance. En définitive, l'élaboration d'un forfait repose, en plus des moyens logistiques précédemment cités, sur l'exploitation de tous les attraits qu'offrent la nature et l'activité humaine.

Le forfait présente la particularité de **ne pas pouvoir se stocker** étant donnée l'immatérialité des services qui le composent. Par conséquent **on ne peut « l'entreposer » afin de le vendre plus tard** si un voyageur ne l'achète pas. Ainsi, tous voyage programmé et non vendu représente une perte d'argent pour son producteur lequel paye par avance les prestations auprès de ses fournisseurs. On considère que le forfait comme **un produit rigide, périssable, permissible et inélastique.** De plus le forfait semble **bien éphémère** dans la mesure où il naît et meurt au moment même de sa consommation. En effet, une fois consommée, un service n'existe plus hormis les souvenirs plus au moins agréables qu'il laisse dans la mémoire.

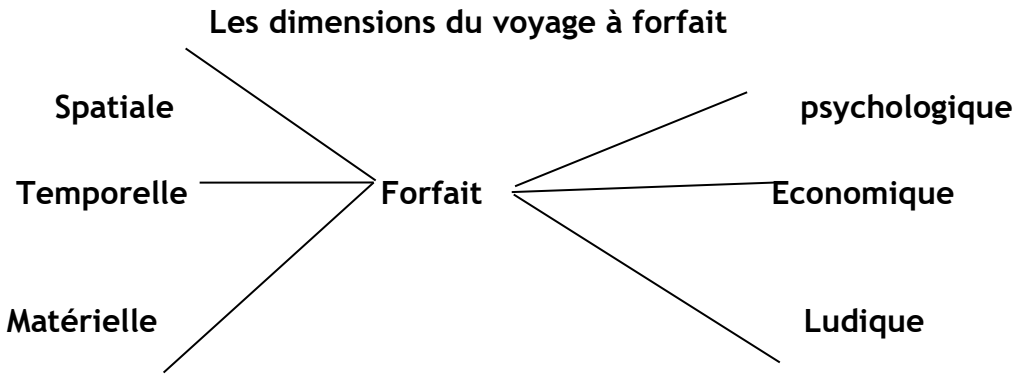
WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Concernant la manière dont on consomme un forfait, il convient de noter que le client l'achète à l'avance souvent sans savoir ce qui l'attend sur le plan qualitatif. Ceci semble d'autant moins rassurant que l'intervention des nombreux fournisseurs ainsi que des phénomènes en dehors du contrôle du producteur (la météo, événements politiques, guerre…) fragilisent le niveau de qualité d'un forfait. En effet, un voyage à forfait comprenant les mêmes prestations mais réalisé à des époques différentes ne donnera pas le même niveau de satisfaction à ses consommateurs.

Synthèse : le forfait est hétérogène, composite, rigide, périssable, inélastique, et éphémère.

III. LES DIMENSIONS DU FORFAIT :

Le forfait comporte six dimensions justifiant le véritable succès de cette formule de voyage



1. La dimension spatiale :

La dimension spatiale est représentée par un seul lieu, s'il s'agit d'un séjour, ou par une suite d'endroits, s'il s'agit d'un circuit, qui répondent à un besoin de dépaysement du voyageur.

2. La dimension matérielle :

La dimension matérielle est représentée par tous les services offerts (hébergement, transports, repas etc.).

3. La dimension psychologique :

Qui répond au besoin de la valorisation de soi grâce au voyage, ou à la création d'un itinéraire, ou encore à la possibilité de décompresser avec un forfait tout compris sans risque

4. La dimension ludique :

Le voyageur se divertit en découvrant le monde ou en choisissant un programme entièrement orienté sur la fête (carnaval de Venise, ou de Rio, ouverture des discothèques aux iles Baléares...).

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

5. La dimension ludique :

Le forfait se gère comme un produit de consommation. La crise économique actuelle incite la plupart des voyageurs à rechercher des prix bas. Le client fait des choix bien réfléchis et fait, grâce aux outils informatiques, des recherches pointues pour décrocher les meilleurs prix et en même temps les offres les meilleures.

6. La dimension temporelle :

Les voyages à forfait s'effectuent en général pendant les vacances scolaires. Les professionnels, pour remplir les périodes creuses, proposent des week-ends prolongés ou des forfaits courts. Cette stratégie permet d'étaler les départs toute l'année.
Autre problème pour les voyagistes c'est la réservation faite la dernière minute, qui pose des problèmes au niveau des transports et de l'hébergement. Pour contrer cette pratique les voyagistes offrent des réductions à qui réserve en avance.

IV.LES PHASES DE CONSTRUCTION D'UN FORFAIT :

1. Identification de la demande

Par essence, le niveau de qualité d'un produit dépend de l'intérêt qu'il suscite chez les consommateurs, sur le plan commercial, on appel voyage de qualité un voyage qui se vend (à quoi bon produire un voyage qui ne se vendrait pas bien ?) en effet, les attentes du client permettent aux producteurs de fixer ses normes de qualité lesquelles repose sur le choix d'étapes, de visites et de prestataires de services et de transport et d'hébergement spécifiques.

Les attentes du client peuvent se regrouper en deux catégories : les attentes qualitatives et les attentes quantitatives. Les professionnels utilisent les techniques de la mercatique pour les définir au cas par cas, grâce aux études de marché. Sur le plan qualitatif, la demande de forfait se repose sur les choix d'une destination, d'une formule de voyage, d'attraits et parfois même sur un itinéraire précis à respecter.

Sur le plan quantitatif, la demande de forfait repose sur une lourde contrainte : le budget. Celui-ci s'inscrit la plupart du temps au premier rang dans l'esprit du client, il ne sert à rien de produire un forfait somptueux mais malheureusement trop cher … donc, le prix des prestations varie en fonction de la taille du groupe car les prestataires accordent des réductions intéressantes pour des effectifs conséquents.

2. Le choix des prestataires et la négociation d'achat :

Dans la pratique les professionnels du voyage choisissent les prestataires avec lesquels ils négocient les meilleures conditions d'achat pour le niveau de service demandé. De plus, une fois sélectionnés, ses fournisseurs subissent des contrôles réguliers visant à les référencer à nouveau, ou à les exclure le cas échéant. Bien entendu, un fournisseur apporte le meilleur service à l'organisateur de voyages qui travaille avec lui régulièrement et de manière significative en termes de chiffre d'affaires.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Nous pouvons prendre comme exemple le choix d'un hôtelier. Apres étude de la demande, certains critères deviennent incontournables comme la catégorie de l'établissement (standing), sa situation géographique, le prix des chambres et des repas, la capacité d'accueil en chambres et en couverts, les dates d'ouvertures et de fermetures, les repas spécieux ou (standards) préposés sou formes de menus.

Il existe au moins (05) catégories de prestataires :

- **Les transporteurs :** Il convient de distinguer :

- Le transporteur chargé d'un éventuel pré acheminement des passagers vers le point de départ du voyage (exemple : services de taxis et d'autocars entre les villes et les aéroports).
- Le transporteur qui prend en charge les passagers pour l'acheminement vers le premier site à visiter ou vers le lieu de séjour ainsi que le voyage de retour.
- Le transporteur qui prend éventuellement le relais sur place tout le temps du circuit
- Le transporteur qui prend en charge le groupe sur place dans le cadre d'une excursion ponctuelle particulière (exemple excursion en bateau).

- **Les professionnels de l'hébergement et de la restauration :** Dans le cadre d'un circuit, l'hôtel peut changer chaque jour, contrairement au séjour à l'occasion duquel il reste souvent le même.
Composée parfois de spécialités locales, la restauration pour les groupes impose cependant un menu identique à tous les membres du groupe. En effet, les haltes repas ne doivent pas prendre trop de temps sur les visites, ce qui exclut par conséquent un service à la carte. De plus, le forfaitiste n'inclut généralement pas les boissons dans le prix du voyage car tous les participants ne consomment pas la même chose et en même quantité. Pour plus de flexibilité, les voyageurs paient donc leurs boissons sur place et individuellement.

- **Les guides locaux :** Ils s'occupent du groupe pour les visites et excursions sur place, en partenariat avec l'accompagnateur au service des participants pendant toute la durée du voyage. Pour plus de sérieux, il convient de s'adresser à des guides officiels titulaires d'une licence pour exercer leur activité et parlant couramment plusieurs langues.

- **Les chargés d'assistance :** Ils s'occupent d'aider le groupe pour les formalités administratives et de santé lors du passage de la douane. Leur assistance s'avère précieuse pour gagner du temps dans certains pays particulièrement stricts avec les visiteurs étrangers.

- **Les organisateurs de visites, d'excursions et de circuits locaux :** Connaissant particulièrement bien le terrain, ils proposent souvent des prestations à prix intéressant.

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

3. Les motivations d'achat et les objections de l'acheteur :

3- 1. Les motivations d'achat

• **Prix et conditions de prix :** Le tarif de base et les gratuités sont au cœur de la négociation. La recherche de qualité intervient dans le choix des prestations, elle est donc préalable à l'achat cependant lors de la négociation la qualité de la prestation reste primordiale.

• **Sécurité :** La fiabilité du fournisseur est essentielle, l'antériorité des relations va permettre d'éliminer les fournisseurs qui ne respectent pas leurs engagements. Travailler avec un réceptif sur place est toujours sécurisant.

L'agent de voyages doit instaurer des relations durables et de confiance, « étrangler » un fournisseur lors d'une négociation est dangereux, s'il a le choix il préférera travailler dans l'avenir avec un autre client. La collaboration est la base des relations avec les réceptifs, en cas de problème sur place il est nécessaire d'avoir un partenaire et non un adversaire. La pérennité des relations est essentielle.

3- 2. Les Objections de L'acheteur

• **Prix :** Le prix est l'objection la plus importante, le commercial du fournisseur a dans ce cas un certain degré de latitude pour négocier. L'acheteur pour négocier doit utiliser différents atouts qui sont représentés dans le tableau ci-dessous :

La taille du groupe	Le nombre de personnes (pax) fera baisser le tarif de base soit le prix net soit le prix brut ou commissionné.
La période	Hors saison, fin de saison... Les fournisseurs ont besoin de remplir.
Le budget du groupe	C'est un argument qui peut faire pression, le prescripteur ne peut dépasser un certain budget.
La mise en concurrence des fournisseurs	Elle est pratique courante mais l'acheteur doit avoir fait des comparaisons pour avoir une base de négociation.
La promesse de signature	Promesse qui peut être une sorte de chantage qu'il faut manier avec prudence, le commercial peut réagir en refusant ou en appliquant la stratégie du « donnant/donnant », il accorde la baisse mais revient sur les conditions de prix et exige un paiement immédiat ou un acompte plus important.

Tableau II.7 : les atouts de négociation de l'acheteur

• **Condition de prix :** Le cas est fréquent où les commerciaux n'ont pas toute latitude pour modifier les tarifs.

• **Négociation des gratuités :** Le but est d'obtenir des gratuités supplémentaires, négociation qui peut être facilitée par la taille du groupe, l'antériorité des relations, etc.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

Exemple : 1 gratuité pour 25 pax.
Le groupe est de 50 pax, nous traitons régulièrement avec vous. Vous pouvez accorder la 2éme gratuité.

- **Négociation du taux de commission :** La taille du groupe reste l'argument le plus fort. Le groupe est important. Cela, il permet d'envisager un taux de commission supérieur.

- **L'obtention de prestation gratuite :** S'appuyer sur des pratiques commerciales est toujours efficace. Dans tous nos séjours l'apéritif de bienvenue est toujours offert par l'hôtelier.

Qualité Prix et qualité sont interdépendants. Des prestations gratuites peuvent être négociées, afin d'augmenter la qualité.

Exemple : négocier un accueil personnalisé, une pause-café supplémentaire… etc.

- **Conditions de règlement et d'annulation :** Les conditions de règlement et tes conditions d'annulation sont difficilement négociables car elles font partie des conditions particulières de vente mais elles peuvent faire objet de négociation Lorsque vous n'avez pas réussi à obtenir satisfaction dans la négociation prix ou Lorsque le commercial a accordé le minimum.
L'acheteur doit utiliser ses atouts : la taille du groupe, antériorité des relations, des circonstances exceptionnelles… etc.

4. **Le calcul du prix d'un forfait :** (le détail dans la leçon n° 07).

5. **Commercialisation du produit** (le détail dans le module vente des produits touristiques)

QUESTIONS :

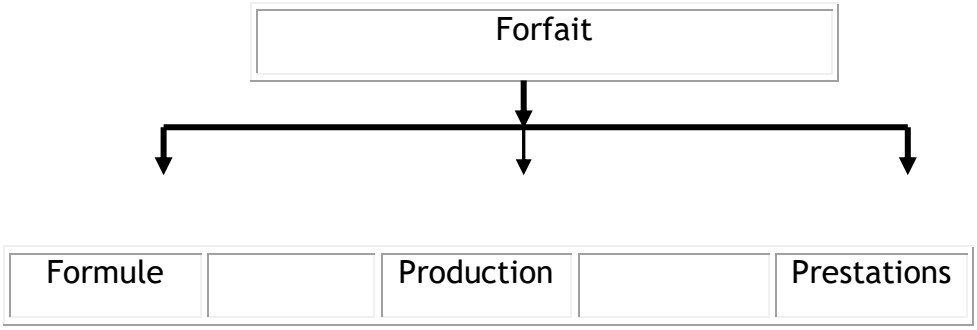
Quelles sont les formes de voyages à forfait ? Donner des exemples sur le voyage à forfait

REPONSES :

Il existe différentes formes de forfait. Ainsi certaines formules s'adaptent bien à des destinations particulières. Par exemple, pour visiter les Etats-Unis l'achat d'un billet d'avion combiné avec une location de véhicule…

De même des formules « clubs de vacances » tout compris apportent satisfaction à une clientèle plutôt sédentaire à la recherche d'animation et qui peut néanmoins participer à des excursions au départ du club. Citons aussi l'exemple des circuits en groupes accompagnés qui se prêtent bien à la découverte des sites culturels. Parfois les voyageurs choisissent un combiné circuit + séjour pour allier culture et distraction, comme le permet par ailleurs la croisière, formule qui permet chaque jour de découvrir de nouvelles escales tout en profitant le moment venu de l'agréable vie à bord.

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر



- **Formes des voyages à forfait :**

• Le « tout compris » et le « all inclusive »
• Séjours en pension complète
• Circuits touristiques
• Les croisières
• Formules mixtes
• Formules à thème

2. Classification des voyages à forfait

Les voyages à forfait comprennent plusieurs formules :

• **Les formules « tout compris » et le « all inclusive »**
« Le tout compris » s'agit du voyage à forfait traditionnel comprenant les séjours en pension complète, les circuits organisés et les croisières. Ces formules sont de plus en plus concurrencées par les « all inclusive » qui comprennent outre la pension complète, l'ensemble des boissons alcoolisées et un service de restauration rapide 2 4 heures sur 24.

• **Les séjours en pension complète**, comprennent, outre le voyage aller et retour et les transferts, l'hébergement et la restauration. Il s'agit d'une formule traditionnelle proposée par les hôtels des stations touristiques, mais aussi de la formule plus moderne des clubs des vacances qui ajoutent un programme d'animation et de sports (Club Méditerranée).
Les formule «tout compris» et «pension complète » tendent aujourd'hui à évoluer vers soit la demi-pension soit le logement et le petit déjeuner soit surtout le logement seul, notamment avec le développement des studios-hôtels.

• **Les circuits touristiques** offrent généralement une combinaison d'excursions ou visites accompagnés ou non, et d'hébergement en pension complète, demi-pension ou petit-déjeuner. Le mode de transport utilisé soit l'autocar, l'avion ou rarement le train

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

• **Les croisières** : Voyage à forfait »tout compris » qui a compensé le déclin du trafic maritime passager. Le nombre de navires de croisières est de plus de 350 unités dans le monde, les régions les plus concernées étant le caraïbe et la Méditerranée. Ces deux zones sont en outre complémentaires, en fonction des saisons, Caraïbe en Hiver et la Méditerranée en été.

• **Les formules mixtes :** il s'agit de formes de voyage à forfait qui associent le transport à certaines prestations, telles que : formule « fly and drive » et « avion+hôtels » qui comprend le transport avion plus des bons d'hôtels pouvant être utilisés dans plusieurs sites touristiques.

• **Formules à thème** plus originales telles que les produits touristiques associés à un sport, à un thème culturel, à un séjour de santé, à la participation un congrès ou à un voyage insolite (surprenant).

REFERENCES :

- http://www.stefanomolino.it/wp-content/uploads/2013/09/Cr%C3%A9er-des-forfaits-touristiques.pdf
- https://docplayer.fr/9807139-Module-2-creer-et-organiser-des-forfaits-touristiques.html

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

LEÇON N° 06 :LES FACTEURS D'ORGANISATION D'UN FORFAIT

OBJECTIF DE LA LEÇON N°06 : A l'issu de cette leçon, vous serez capable de cerner convenablement les différents facteurs d'organisation d'un forfait.

PLAN DE LA LEÇON N°06 :

INTRODUCTION

I. **LES FACTEURS TECHNIQUES**
II. **LES FACTEURS SOCIOCULTURELS**
III. **LES FACTEURS GEOGRAPHIQUES ET CLIMATIQUES**
IV. **LES FACTEURS COMMERCIAUX**

REFERENCES

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

INTRODUCTION :

La production de forfaits touristiques, produits à multiples facettes, peut s'inscrire dans le cadre d'une industrie de services très fluctuante, car elle subit les comportements des consommateurs, les événements sociaux et politiques des pays récepteurs, les aléas des climats, la situation économique des pays émetteurs et la concurrence.

I. LES FACTEURS TECHNIQUES :

1. Moyens de déplacement :

Par bus, par voiture…, il faut choisir une région dont l'accès est facile et ne pas choisir une région même si elle est attirante si le moyen de déplacement cause un problème.

2. La durée de déplacement :

Choisir la durée du séjour 05, 10, 15 jours selon le programme établis d'avance (le nombre de sites à voir et les charges totales du produit par rapport au client.

3. La distance à parcourir :

Avant de faire le programme il faut compter les distances pour ne pas fatiguer le client : le maximum 100 km de parcours et programmer une pose, visite de site, déjeuné.

II. LES FACTEURS SOCIOCULTURELS :

1. **La nature du client :** individuel, couple, famille ……..etc
2. **La nature du groupe :** un groupe de personnes qui se connaissent impose des caractéristiques différentes d'un groupe constitué par le voyagiste. Un club de 3 éme âge a des exigences et des habitudes qu'il soumet à l'organisateur. L'importance quantitative du nombre de participants du groupe impose une gestion du temps de montée et de descente de l'autocar, de son inertie lors des visites. IL détermine le moyen de transport utilisé, voiture, monospace, minibus, autocar à double étage, et la vitesse de déplacement.
3. **L'âge :** Il influence Le choix de l'hébergement, de la restauration, des activités, de l'intensité du voyage, de sa durée. Une clientèle de personnes âgées a des exigences autres qu'un groupe d'étudiants en voyage d'études étapes plus tranquilles, moins de déplacements à pied, rythme des journées plus lent. Pour des jeunes, Il sera plus tonique.
4. **La profession et La catégorie sociale :** Elles donnent des indications sur le pouvoir d'achat, Le niveau de revenu, le budget du voyage, ce qui influence directement Les caractéristiques du produit. Elle guide Le choix du niveau de l'hôtellerie de la restauration, de la diversité et du type des activités.
5. **Le niveau d'éducation :** C'est un élément important pour le commentaire des visites, il détermine Le choix de l'intervenant et le degré culturel du voyage.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

6. **La nationalité :** Les comportements et les intérêts diffèrent suivant la nationalité : le rythme et le nombre de sites visités par les Japonais en une journée est très élevé, le temps de repas limité, souvent à moins d'une heure. Une organisation différente de la journée s'impose.

III. LES FACTEURS GEOGRAPHIQUES ET CLIMATIQUES :

1. **Le lieu de résidence :** Il détermine l'origine de la clientèle. Elle conditionne Le choix des visites. Un étranger souhaite visiter en premier lieu les grands classiques, tandis que les nationaux recherchent parfois les innovations, les nouveautés.
2. **La destination :** Certaines sont faites pour tout public, d'autres nécessitent certaines capacités (voyages en montagne, trekking, voyages d'aventure...).
3. **La géographie :** Des régions montagneuses se visitent moins rapidement que les plats pays, Les activités peuvent être éloignées. Les distances parcourues sont directement influencées par le relief.
4. **L'époque du voyage :** Le climat impose des périodes précises pour voyager dans certaines régions : neige en montagne, cols fermés, chaleur dans le désert. La présence de jours fériés, de fêtes nationales modifie la programmation.
5. **La durée du voyage :** Les vacanciers ne disposent pas tous du même temps libre. C'est une contrainte très importante. Les très longs voyages sont rares, sauf pour les destinations lointaines. Le prix, la fatigue, l'attention nécessaire, l'intérêt du pays limitent la durée. La moyenne pour les forfaits autocaristes est de sept jours.

IV. LES FACTEURS COMMERCIAUX :

Le coût d'un circuit diffère selon la cherté de la vie dans la région visitée.

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

QUESTION :

Quels sont les producteurs de voyages à forfaits **?**

REPONSE :

On distingue plusieurs catégories de producteurs de voyages à forfait :

1. **les tour-opérateurs** produisent des forfaits en série pour le tourisme de masse ou à la carte (tourisme sélectif). On distingue 1es voyagistes généralistes (toutes destinations, plusieurs formules) des voyagistes spécialisés (destinations et formules ciblées). Il faut distinguer entre les voyagistes qui organisent des voyages à l'étranger de ceux qui créent des forfaits dans leur pays pour l'accueil de touristes étrangers ou locaux ;
2. **les agences de voyages** vendent les forfaits des TO et parfois produisent sur mesure des programmes de voyages ;
3. **les associations de tourisme** agissent sans but lucratif et distribuent leur production à leurs adhérents uniquement. Elles organisent des voyages, des séjours à forfaits, des activités découverte de la nature, gèrent des villages de vacances et des gîtes ruraux ;
4. **les organismes locaux** du tourisme (Offices de tourisme, Syndicats d'initiative, Services Loisirs Accueil, etc) construisent des offres de voyage ou de séjour en zones rurales ou en zones délaissées par les voyagistes, afin d'aider l'économie locale souvent en difficulté.

REFERENCE :

- https://www.inc-conso.fr/content/voyage-forfait-prestation-de-voyage-liee-quels-sont-vos-droits
- Stephane Chabrier, « le montage des produits touristiques composés », Edition jack Lenore.

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

LEÇON N° 07 : L'ELABORATION DE L'ITINERAIRE PROGRAMME

OBJECTIF DE LA LEÇON N°07 : A l'issu de cette leçon, vous serez capable de déterminer correctement les phases de construction de l'itinéraire programmé.

PLAN DE LA LEÇON N°07 :

INTRODUCTION

I-LA NOTION D'ITINERAIRE PROGRAMME

II-LE PROCESSUS DE LA CONCEPTION DE VOYAGE

III-L 'ETABLISSEMENT DE L'ITINERAIRE

1- Présentation générale du tableau horaire (timing)

2- Le tableau schématique du programme

3- Le tableau de calcul du devis (la cotation)

ETUDE DE CAS N° 01

ETUDE DE CAS N° 02

REFERENCES

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

INTRODUCTION :

Véritable âme du forfait, l'itinéraire se construit en fonction de la localisation géographique des différentes activités incluse dans le programme : on parle **d'itinéraire programme** bien entendu par définition, il concerne uniquement les circuits, son niveau de qualité repose sur le respect de des normes suivantes :

- L'équilibre : programme alternant visites et journées ou demi-journée libre

- la variété : comportement des visites axées sur des thèmes différents

- La viabilité : programme dont le rythme respecte les contraintes du terrain (routes, temps de visite) et n'éprouve pas les voyageurs

- L'originalité : sortant des sentiers battus et incluant des visites insolites

Par conséquent au même titre que l'ensemble des prestations, l'itinéraire programme dans sa conception, constitue aussi un très important paramètre de qualité d'un forfait .

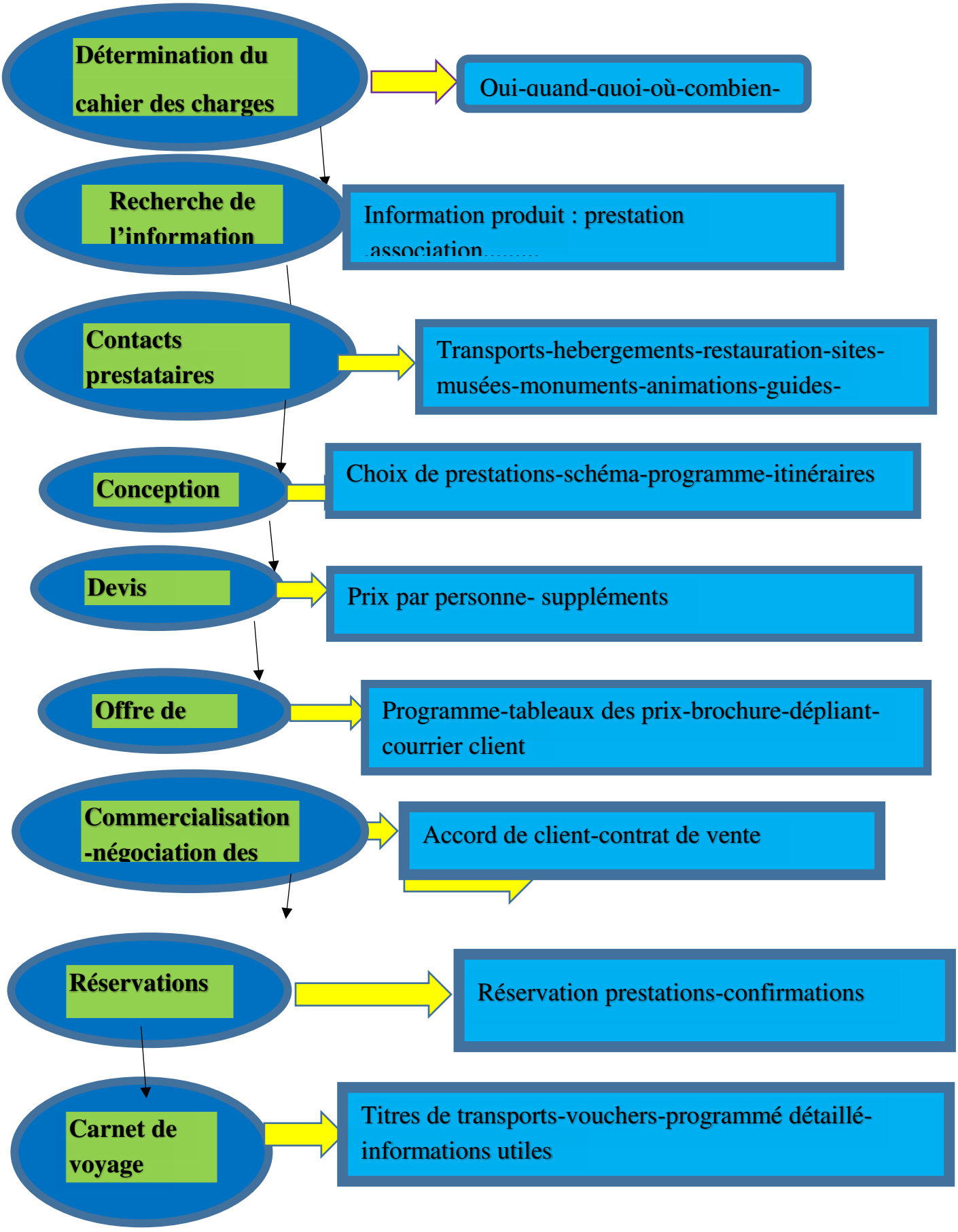
I.LA NOTION D'ITINERAIRE PROGRAMME

L'élaboration d'un forfait passe par la mise en œuvre de technique d'assemblage de différentes composantes, ce processus comporte deux phases consécutives : la construction d'un itinéraire programme cohérent, puis le calcul de son coût.

On appelle itinéraire programme « le document qui présente dans le détail les étapes d'un voyage à forfait ».

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

II.LE PROCESSUS DE LA CONCEPTION DE VOYAGE :



WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

III.L ’ETABLISSEMENT DE L’ITINERAIRE :

1.Présentation générale du tableau horaire (timing) :

1.1. Définition « tableau horaire (timing) » :C’est une chronologie détaillée d’un itinéraire présenté par un tableau dans lequel est mentionné :

2. Trajet (étapes)
3. N° routes (voies)
4. Viabilité
5. Kilométrage (distance)
6. Temps parcourus
7. Arrêts
8. Heures

Trajet	**Voies**	**Viabilité**		**Kilométrage**		**Temps Parcourus**		**Arrets**	**Heures**
		Coefficient	KM /H	Partiel	Total	partiel	total		

1.2-Description du tableau horaire (timing)

- **La colonne trajet (étapes) :** On porte dans la colonne trajet le nom des villes que le groupe traverse, visite ou dans lesquelles il est hébergé. Pour les grandes villes, on prend soin de préciser le point d’arrivée et celui de rendez-vous pour le départ.

Elle comporte aussi les informations relatives à un acheminement par avion sur le lieu de destination aéroport, terminales, portes d’embarquement à bord.

- **La colonne voie empruntée :** Sur la carte, on repère les voies empruntées afin de les reporter sur le tableau Pour un trajet en avion on précise uniquement le numéro de vol. Par contre, pour un trajet effectué sur route, on indique le numéro de toutes les voies empruntées à l’occasion de chaque étape. On inscrit seulement un numéro de voie par ligne.

- **La colonne viabilité (rapidité) :** On entend par viabilité l’état de route ou d’autoroute c'est-à-dire sa praticabilité, elle se subdivise en 5 classes établaient à partir de différents critères qui constituent les caractéristiques de la route à chacune de ces classes a été attribuée une valeur relative de vitesse moyenne horaires (kilométrage sur heure),et elle est même en fonction du type de la puissance de véhicule utilisé

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

Tableau de coefficient de viabilité :

Etat de la route	Coefficient De viabilité	Moyenne horaire en km/h			
		Voiture de tourisme			Car ,caravane
		2-5CV	6-10cv	+10CV	
Autoroute de liaison route à 4 voies, bon profil	1	90	100	120	80
Très bonne route nationale avec une déviation, longues lignes droites, trafic fluide et peu de ville	2	70	80	95	65
Route nationale traditionnelle, bon état courbes biens déssines ,relief peu accusé ,quelques traversées de villages ,quelques passages étroits ou encombrés :bonne route parallèle	3	55	60	70	50
Route secondaire sinueuse ,profil accidenté rétrécissements ,(passages à niveau tunnel)	4	45	50	55	40
Route en mauvais état , de montagne ,très petite route ,très encombrée	5	35	40	45	30

• **la colonne kilométrage :** Pour chaque voie empruntée, il convient d'indiquer avec la plus grande précision le nombre de kilomètres parcourus. Il suffit de reporter sur le tableau le chiffre indiqué sur la carte routière près de la voie utilisée. On précise aussi le cumul des kilomètres dans le but de calculer le total de la distance parcourue chaque jour. Pour une lisibilité claire du tableau on s'arrange pour que chaque distance soit indiquée bien en face de la voie correspondante.

La colonne temps : On applique toujours la formule :

$$\text{Temps parcourus} = \frac{\text{Nombre de kilométrage parcourus}}{\text{Vitesse moyenne}} \times 60$$

• **la colonne arrêts :** Elle comporte toutes les informations relatives à la prise de repas, aux visites, arrêts de détente, animations. Cette colonne précise la prestation prévue ainsi que le temps nécessaire à sa consommation. La plupart des guides donnent le temps de visite des sites

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

La durée de visite des monuments :

- Les musées : de 1h à 2h selon l'intérêt du musée et son importance.
- Les monuments religieux : 15mn à 1h.
- Les monuments civils : 1h à 1h 30.
- Les châteaux : 1h.
- Les parcs : 30mn.
- Les visites techniques : 1h à 1h 30.
- Les arrêts à dégustation : 40mn à 1h 15.
- La restauration : le déjeuner ou dîner gastronomique durer entre 1h et 2h selon l'importance du groupe. Ne pas oublier le temps libre (achats, souvenir, prendre des photos…etc.).

• **La colonne heure** : Elle comporte le détail horaire de la réalisation de l'itinéraire, précisant en effet pour chaque événement l'heure d'arrivée et l'heure de départ.

Le calcul des heures comprend :

- Le temps consacré au transport.
- Le temps des visites et du spectacle.
- Le temps de la restauration.

-LE CROQUIS : On représente un circuit ou une croisière, par un croquis qui donne en différent trait (couleur) selon les journées, les étapes de l'itinéraire et intérêt (curiosité).

2.Le tableau schématique du programme :

La réalisation du tableau schématique du programme constitue l'étape préalable au calcul du prix de revient du voyage. Il détaille jour après jour les différentes prestations à inclure dans le prix et présente l'avantage de n'oublier aucune d'entre elles lors de la phase de calcul. En effet, une fois complété, le tableau schématique permet de repérer visuellement et chronologiquement tous les services à inclure dans le forfait.

Contenu et utilisation du tableau schématique

Jour	Date	P.Déj	Prestations du matin	Déj	Prestations après-midi	Dîner	Soirée	Nuitée

Tableau 1 : Tableau schématique du programme

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

La colonne jour : Elle permet d'affecter à chaque jour un numéro ainsi que l'initiale du jour de la semaine concernée.

La colonne date : Elle précise la date de chaque jour. Ne pas oublier de préciser le mois.

Les colonnes petit-déjeuner/déjeuner/dîner : Si le programme inclut ces repas, on inscrit dans cotte colonne un signe correspondant au prestataire de service concerné. Pour éviter de créer une légende, on peut préciser dans la colonne directement e nom du prestataire.

Les colonnes prestations du matin et de l'après-midi : Elles regroupent toutes les prestations du programme se déroulant entre l'heure du lever et midi et entre midi et le début de soirée. On peut aussi ajouter les heures de convocation aux aéroports (gares, zones d'embarquement portuaires...) ainsi que les heures de rendez-vous en des lieux précis pour les départs en excursion. Enfin, on pensera aussi à inscrire les trajets réalisés en autocar, avion, bateau etc.

La colonne soirée : Pour le plus grand bonheur des participants, les voyagistes prennent souvent soin d'inclure dans le programme du voyage une ou plusieurs soirées à thème. Dans ce cas de figure il convient de les signaler dans cotte colonne

La colonne nuitée : Elle permet d'identifier le mode d'hébergement (hôtel, gîte, cabine de bateau, train couchette...), ainsi que le nom du prestataire.

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

EXERCICE :

Ce produit touristique commercialisé sur le site internet : http://touring-algeria.com
Lisez attentivement le programme et répondez aux questions posées.

Séjours fin d'année à Ghardaïa 04 jours

Prix indicatif : 36 300 DA
Départ le : 30 Décembre 2017
Durée : 05 JOURS/ 04 NUITEES

Le Programme :

Jour 1 : Regroupement au siège du Touring Voyages Algérie. Départ vers 07H00 du matin. Déjeuner en cours de route (non compris). Arrivée à GHARDAIA en fin de journée. Installation en maison d'hôtes. Soirée de bienvenue. Dîner et nuitée.

Jour 2 : Après le petit déjeuner, visite de la Doyenne du M'Zab « EL ATTEUF », du Musée, du Mausolée de SIDI BRAHIM. Vers 11h30, en route vers Sebseb (45 km), avec au programme : jardins, balade en dromadaires et évasion sur les dunes de sable. Déjeuner traditionnel sous une khaima et cérémonial de thé à la braise. Le soir, dîner méchoui et animation (soirée réveillon).

Jour 3 : Matinée libre. Déjeuner et départ en excursion à ZELFANA, une localité distante de 60 km, qui tient sa réputation de ses nombreuses sources thermales avec une eau limpide et bienfaisante de plus de 40 degrés, mais aussi de ces dunes de sable fin et doré qui l'entourent et font d'elle un site touristique de premier ordre. Bain thermal et détente (non compris). Retour à GHARDAIA, dîner et nuitée.

Jour 4 : Journée libre. En soirée dîner animé par une troupe folklorique. Nuitée
Jour 5 : Après le petit déjeuner, retour sur Alger, déjeuner en cours de route à Djelfa (non compris). Arrivée à Alger en fin de journée.

QUESTIONS :

1- Reformulez le titre du produit en adéquation avec le thème proposé.
2- Où est prévu le lieu du regroupement et la ville de départ ?
3- Précisez la date de départ et de retour du circuit.
4- Etablissez une présentation (descriptif) qui vous semblerait appropriée à ce circuit en prenant en considération les caractéristiques géographiques et potentialités touristiques de Ghardaïa.
5- Déterminez les prestations comprises dans la tarification du programme du circuit.
6- Déterminez les prestations non comprises dans le programme du circuit.
7- Etablissez un tableau récapitulatif ou la fiche du programme comprenant les colonnes suivantes :

- Jour/Date.
- Etape.
- Programme des étapes.
- Observation.

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

REPONSES :

1- Circuit à Ghardaïa (spécial réveillon 2018).
2- Regroupement au siège du Touring Voyages Algérie.
ville de départ : Alger
3- Départ le 30 Décembre 2017 – Retour le 03 Janvier.
4- Descriptif ou présentation du circuit.

Situés à 600 km au sud de la capitale d'Alger, au cœur du désert saharien, les cinq ksour (villages fortifiés) de la Vallée du M'Zab forment un ensemble homogène extraordinaire constituant la marque, dans le désert, d'une civilisation sédentaire et urbaine porteuse d'une culture originale qui a su, par son génie propre, préserver sa cohésion à travers les siècles. Constituée des ksour et des palmeraies d'El-Atteuf, de Bounoura, Melika, Ghardaïa et Béni-Izguen (fondés entre 1012 et 1350), la Vallée du M'Zab a conservé depuis le XIe siècle pratiquement le même mode d'habitat et les mêmes techniques de construction.

5- Les tarifs comprennent ;

- Le transport routier : Mise à disposition d'un autocar tout confort.
- 03 nuits : selon la chambre en maison d'hôtes.
- 03 petits déjeuners.
- 02 déjeuners dont un sous une khaima durant l'excursion à Sebseb.
- 02 dîners typiques et consistants.
- Le dîner réveillon avec méchoui et soirée animée Gnaoua et karkabou.
- Les visites figurants dans le programme.
- Randonnée à dos de dromadaire à Sebseb.

6- Les tarifs ne comprennent pas ;

- Les déjeuners : du Jour 1 et du Jour 5.
- L'accès au bain à Zelfana.

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

7- Fiche programme du circuit : **Ghardaïa (spécial réveillon 2018).**

JOUR/ DATE	ETAPE	PROGRAMME DES ETAPES	OBSERVATION
J1 30 Dec	Alger/Ghardaïa	Regroupement au siège du Touring Voyages Algérie. Départ vers 07H00 du matin. Déjeuner en cours de route (non compris). Arrivée à GHARDAIA en fin de journée. Installation en maison d'hôtes. Soirée de bienvenue. Dîner et nuitée.	DP
J2 31 Dec	Ghardaia/ El-Atteuf/Sebseb	Après le petit déjeuner, visite de la Doyenne du M'Zab « EL ATTEUF », du Musée, du Mausolée de SIDI BRAHIM. Vers 11h30, en route vers Sebseb (45 km), avec au programme : jardins, balade en dromadaires et évasion sur les dunes de sable. Déjeuner traditionnel sous une khaima et cérémonial de thé à la braise. Le soir, dîner méchoui et animation (soirée réveillon).	
J3 1er Jan	Sebseb/Zelfana/Ghardaïa	Matinée libre. Déjeuner et départ en excursion à ZELFANA, une localité distante de 60 km, qui tient sa réputation de ses nombreuses sources thermales avec une eau limpide et bienfaisante de plus de 40 degrés, mais aussi de ces dunes de sable fin et doré qui l'entourent et font d'elle un site touristique de premier ordre. Bain thermal et détente (non compris). Retour à GHARDAIA, dîner et nuitée.	DP
J4 02 Jan	Ghardaïa	Journée libre. En soirée dîner animé par une troupe folklorique. Nuitée	DP
J5 03 Jan	Ghardaïa/Alger	Après le petit déjeuner, retour sur Alger, déjeuner en cours de route à Djelfa (non compris). Arrivée à Alger en fin de journée.	

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

3.Le tableau de calcul du devis (la cotation) :

Ce tableau présente le détail du calcul du coût du voyage par personne, poste par poste. Par conséquent, il permet de chiffrer toutes les prestations du programme sous les rubriques suivantes :

- Transport ;
- Hébergement ;
- Restauration hors lieu d'hébergement ;
- Visites-excursions ;
- Rémunération du guide ;
- Frais individuel.

A ce titre, il convient de remarquer que toutes les prestations doivent se chiffrer à partir du prix que va payer l'organisateur du voyage, donc déduction faite des réductions ou commissions accordées par les différentes prestations.

• **Contenu et utilisation du tableau :** Ce tableau présente l'avantage de distinguer les frais individuels (propres à chaque voyageur) des frais collectifs (frais communs à tous les voyageurs exemple location d'autocar). Par ailleurs, il laisse aussi apparaitre les frais que paieront les voyageurs ne désirant pas partager une chambre avec un autre participant (on parle de supplément pour bénéficier d'une chambre individuelle ou single).

Prestation	Frais individuels	Frais collectifs	Supplément single
a. Transport b. Restauration c. Visites etc.			
Total colonne			
Division frais collectifs			
Total individuel			
Marge bénéficiaire			
T.V.A			
Assurance			
Prix Total			

Le tableau de devis

• **La colonne prestation :** Les prestations individuelles et collectives se détaillent dans la colonne prestations. Elle comprend quatre rubriques qui apparaitront dans le tableau, à savoir le transport, les frais relatifs au guide, l'hébergement et les visites. Dans la pratique, les différentes rubriques apparaissent sur le tableau au fur et à mesure des calculs.

• **La colonne de frais :** Elles se destinent à recevoir tous qui concernent :
Chacun des voyageurs en particulier (frais individuels) : il s'agit de

–Prestation dont le prix se calcule par personne et non pour l'ensemble d'un groupe.
–L'ensemble du groupe (frais collectifs) : elle regroupe toutes les prestations facturées au groupe dans son ensemble. Fréquemment, il s'agit de la mise à disposition d'un autocar ou de

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

tout autre moyen de transport collectifs, de frais relatifs au guide ou au chauffeur (ex : salaire, hébergement, restauration), de toute prestation à prix forfaitaire pour l'ensemble du groupe. A la fin de tableau de calcul du devis, on divise les frais collectifs par le nombre de participants afin que chacun d'entre eux paye une part égale. On pourrait, pour chaque prestation collective, divise le prix par le nombre de participant et ainsi reporter le chiffre obtenu dans la colonne frais individuels.

–Ceci constituerait cependant une perte de temps qu'il vaut mieux éviter grâce à la colonne frais collectifs qui permet d'effectuer la conversion par personne une fois pour toutes à la fin du tableau ;

–Les voyageurs en chambre individuelle ; le chauffeur et l'accompagnateur se logent en chambre en chambre individuelle. De plus, certains membres du groupe préfèrent ne pas partager une chambre.

- **Supplément single :** Lors de l'achat de forfait le client peut choisir d'être seul dans sa chambre ou d'être d'une une chambre à partager, la grande majorité des chambres dans les hôtels sont des chambres doubles. Dans les devis on effectue les calculs par personne sur la base d'une chambre double par deux. Toute personne qui souhaite être seule dans sa chambre doit payer un supplément : c'est le supplément single

–Une somme que doit payer la personne pour se loger seul.
Le supplément single est la différence de prix entre une chambre individuelle (single) et une demi double :

Supplément single = Prix de la chambre individuelle – (Prix de la double / 2).

- **Les derniers calculs du devis** :

- la ligne totale colonne : Il convient tout simplement d'inscrire le totale de chaque colonne dans la case correspondante. Certains devis comprennent de nombreux calculs aussi, par prudence, ne pas hésiter à procéder deux fois de suite à la totalisation des sommes pour vérification.

- La ligne division des frais collectifs : Afin de déterminer la part de chacun, on divisera donc le montant des frais collectifs par le nombre de participants.

- **La ligne marge bénéficiaire :** L'organisation du voyage gagne sa vie grâce à une marge qu'il inclut dans le prix de vente du forfait.

- **La ligne taxe sur la valeur ajoutée :** Le calcul de la TVA s'applique sur la marge bénéficiaire.

- **La ligne assurance :** Afin de proposer au voyageur un ensemble de services le plus complet possible, il convient d'ajouter au prix de vente un certain nombre de prestations d'assurance. Celles-ci couvrent par exemple les frais liés à l'annulation du voyage, la perte ou détérioration de bagages, l'assistance médicale, juridique et parfois même inclut une assurance décès.

- **La ligne prix total :** Elle laisse apparaître le fruit du travail, le prix total du voyage par personne ainsi que celui du supplément chambre individuelle.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ETUDE DE CAS N° 01 :

« Un circuit touristique dans la wilaya de Tizi Ouzou »

A l'aide de la fiche de programme suivante :

Jours	Etapes	Programme des visites
Jour 1	Paris-Alger-Tizi Ouzou	- Arrivée et Accueillir à l'aéroport Houari Boumadiene d'Alger et assistance en formalités documentaire. - Départ vers la ville de Tizi Ouzou, - Diriger vers hôtel « Amraoua », s'installer et se reposer, prendre le déjeuner. - Visite guidée de la ville de Tizi Ouzou pour faire un tour au vieux quartier de la ville, (le Boulevard Abane, le Mausolée Sidi Belloua, la maison d'artisanale et. D'acheter quelques souvenirs (panier à figue, corbeille, bijoux, vase, tapis) - Diner et soirée à la terrasse de l'hôtel pour profiter d'une ambiance festive.
Jour 2	Tizi-Ouzou-Mâatkas - Ouadhias - Ouacifs- Ath yenni	- Petit déjeuner à hôtel « Amraoua » - Visite des ateliers de poterie et de vannerie Mâtkas - Visite des ateliers de couture. (Ouadhias) - Visite de l'espace culturel «Mouloud Mammeri - Visite du village d'Ath El Kaid. - déjeuner en plein air - Rencontre avec les artisans d'Ath Mesbah. - Visite des ateliers de bijouterie. (Ath Yenni) - Direction l'auberge « Bracelet d'Argent » plus le diner et soirée folklorique locale.
Jour 3	beni yenni-beni douala-larbaà nath- Tizi-Hibel yirathen-Ain El Hammam	- Petit déjeuner à l'auberge « Bracelet d'Argent » - Le groupe descend au long de la vallée de takhoukht pour admirer la beauté de la kabylie - Visite du mausolée Akal Averkan (beni douala) - Visite la tombe de « Mouloud Féraoun ». - Ensuite la Visite du musée de MATOUB Lounes. (Taourirt Moussa) - Déjeuner chez l'habitant - Passage du village Irdjen pour profiter des beaux paysages - Visite du musée Abane Ramdan(Azouza).et le centre-ville - Colonial - Participation à la récolte des cerises avec la population locale - Visite de la tombe de poète philosophe Si Mohand U m'hand. - Visite des ateliers de couture de robe kabyle. - Plus diner chez l'habitant à Ain El Hammam

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

Jour 4	Ain El Hammam-Mekla-Azazga-Yakouren-Akerrou	- Petit déjeuner Chez l'habitant - Visite la maison de tapis « GHENIMA AIT ISSAD » - Visite des ateliers de poterie d'Ath kheir. - Déjeuner à Azazga dans un restaurant gastronomique - Découverte de la région d'Akerrou - Découverte de la forêt de Yakouren. - Départ vers l'hôtel « Tamgout », pour diner et assisté à un mariage traditionnel. Plus la nuitée
Jour 5	Yakouren-Tizi Rached-Tizi Ouzou	- Petit déjeuner à l'hôtel « Tamgout » - Acheter des produits artisanaux exposés sur l'axe routier - Participation à la fabrication de fromage traditionnel - Visiter les huileries traditionnelles - Déjeuner à l'hôtel « Tamgout » - Retour au chef-lieu Tizi Ouzou - Apres midi libre - Retour à l'hôtel « Ameraoua »plus le diner, soirée
Jour 6	Tizi Ouzou-Alger	- Petit déjeuner à l'hôtel « Ameraoua » - Accompagné le groupe à l'aéroport Houari Boumadeine - Départ vers Paris - Fin de circuit

1-Détermier les sites à visites ?

2-Completer la fiche technique de ce circuit touristique ?

Données techniques :

- Type de conception : A la carte.
- Le thème : ……
- Destination souhaité : ……
- La formule souhaitée : ……
- L'objectif du voyage : ……..
- la période : ……
- La durée du circuit **:** 6 jours / 5 nuitées
- La date de départ : 30 juin 2019.
- La date de retour : ……
- Le transport : Par avion (AH)/ autocar
- L'hébergement : ……
- le régime : pension complète (boisson alcoolisé non inclue)
- animation : ……

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

Données humaines :

Profession : cadre supérieur, étudiants du tourisme

Nationalité : française

Taille de groupe : 16 pax+guide+chauffeur

Sexe : homme, femme

Âge : 25 au 40ans.

3-Déterminer le prix de vente de ce circuit touristique selon les données suivantes :
Les prix des prestations

- **Transport :**
- Billet d'avion : avec air Algérie : 27000da
- Autocar : 5000 da
- **Hébergement :**

Nom d'hébergement	**Tarifs : chambre double**
Hotel « Amraoua »	6000 DA
Auberge « Bracelet d'Argent »	1000 DA
Hotel « Tamgout »	3000 DA
Logement chez l'habitant	700 DA

- **Restauration :**

Nom d'hébergement	**Déjeuner**	**diner**
Hôtel « Amraoua »	2500	3000 DA
Auberge « Bracelet d'Argent »	900 DA	1000 DA
Hôtel « Tamgout »	/	2000 DA
Logement chez l'habitant	1000 DA	1200 DA
Restartant gastronomique	2500 DA	

- **Animation :**

- Visités gratuités
- Soirées : Groupe folklorique : 1200 DA / Soirée gala : 1800 DA

- **Divers :**

Prestations	**Montant**
Durée de séjours	6 jours / 5 nuitées
Nombre de groupe	16 pax+guide+chauffeur
Marge bénéficiaire	15%
TVA	9%
Assurance	3%
Régime	PC

4-Tracer le croquis de ce circuit touristique

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

SOLUTION :

Inventaire des sites à visités :

-Visite des ateliers de poterie et de vannerie (Mâtkas)

- Visite des ateliers de couture. (Ouadhias)

- Visite de l'espace culturel «Mouloud Mammeri »

- Visite du village d'Ath El Kaid.

-Visite des ateliers de bijouterie. (Ath Yenni)

-Visite du mausolée Akal Averkan

-Visite du musée de MATOUB Lounes. (Taourirt Moussa).

- visite la tombe de « Mouloud Féraoun ».

-Visite du musée Abane Ramdan. (Azouza)

-Visite de la tombe de Si Mohand U M'hand.

-Visite des ateliers de couture. de robe kabyle (Ain El hammam)

-Visite de la maison du tapis« GHENIMA AIT ISSAD »

- Visite des ateliers de poterie(d'Ath kheir.)

- visiter la région d'Akerrou

- visite de la forêt de Yakouren.

2- Fiche technique de circuit touristique à Tizi Ouzou

Données techniques

Type de conception : A la carte.
Le thème : Tourisme culturel.
Destination souhaité : Tizi Ouzou
La formule souhaitée : Circuit touristique.
L'objectif du voyage : La découverte et loisirs.
La période : saison d'été
La durée du circuit **:** 6 jours / 5 nuitées
La date de départ : 30 juin 2019.
La date de retour : 5 juillet 2019.
Le transport : Par avion (AH)/ autocar
L'hébergement : Hôtel « Amraoua »4* et « Tamgout »3*, Auberge « Bracelet d'Argent » logement chez l'habitant
Le régime : pension complète (boisson alcoolisé non inclue)
Animation : visites guidées, soirées traditionnelles

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

Données humaines

Profession : cadre supérieur, étudiants du tourisme
Nationalité : française
Taille de groupe : 16 pax + guide + chauffeur
Sexe : homme, femme
Âge : 25 au 40 ans.

3-Les calculs de cotation

Frais collectifs : (guide+ chauffeurs)

Transport

Autocar : 5000 DA

Hébergement :

(6000*2N)+1000+3000+700= **16700DA**

Restauration :

((2500+3000 X 2j) X 2 pax) + ((900+100) X 2 pax) + (2000 X 2 pax) + ((1000+1200) X 2 pax)=

Frais individuels **31700 DA**

Transport :

Billet d'avion : **27000**

Hébergement :

(6000/2pax*2N) + (1000/2pax) + (3000/2pax) + (700/2pax)= **8350 DA**

Restauration :

(2500+3000 X 2j) + (900+100) + (2000) + (1000+1200)= **15850 DA**

Animation :

Soirées : 1200+1800= **3000**

Total colonne :

Frais collectifs : 5000+16700+14500+31700 = **67900 DA**

Frais individuels : 27000+8350+15850+3000+3000 = **57200 DA**

Division des frais collectifs

61900/16pax= **4243,75 DA**

Prix de revient : 4243,75+57200 = **61443,75 DA**

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

Marge bénéficiaire :

61443,75 X 15%= **9116,56 DA**

TVA : 9116,56 X 9%= **820,49**

Prix TTC : 61443,75+9116,56 +820,49= **71380,80 DA**

Assurance : 71380,80 X 3% = **2141,42**

Prix de vent : 71380,80 +2141,42 = **73522,22 DA**

Le tableau de cotation

Prestations	Frais individuels		Frais collectifs		Supplément single	
	DA	euro	DA	euro		
• Transport -Billet d'avion -autocar	27000	202,03	5000	37,41		
• Hébergement Hôtel Amraoua -Client (6000/2*2j) -Guide+ch (6000*2N*2pax)	6000	44,88	12000	86,76	3500-(6000/2)=500	3,74
-auberge « Bracelet d'Argent » -Client (1000/2*1N) -Guide+ch (1000*1N)	500	3,74	1000	7,48	1200-(1000/2)=200	1,50
-Hôtel Tamgout -Client (3000/2*1N) -Guide+ch (3000*1N)	1500	11,22	3000	22,44	2500(3000/2)=500	3,74
-logement chez l'habitant -Client (700/2*1N) -Guide+ch (700*1N)	350	2,62	700	5,24	500-(700/2)=150	1,12
• Restauration - Hôtel Amraoua -Client -Guide +chauffeur	8500	63,58	17000	127,16		

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

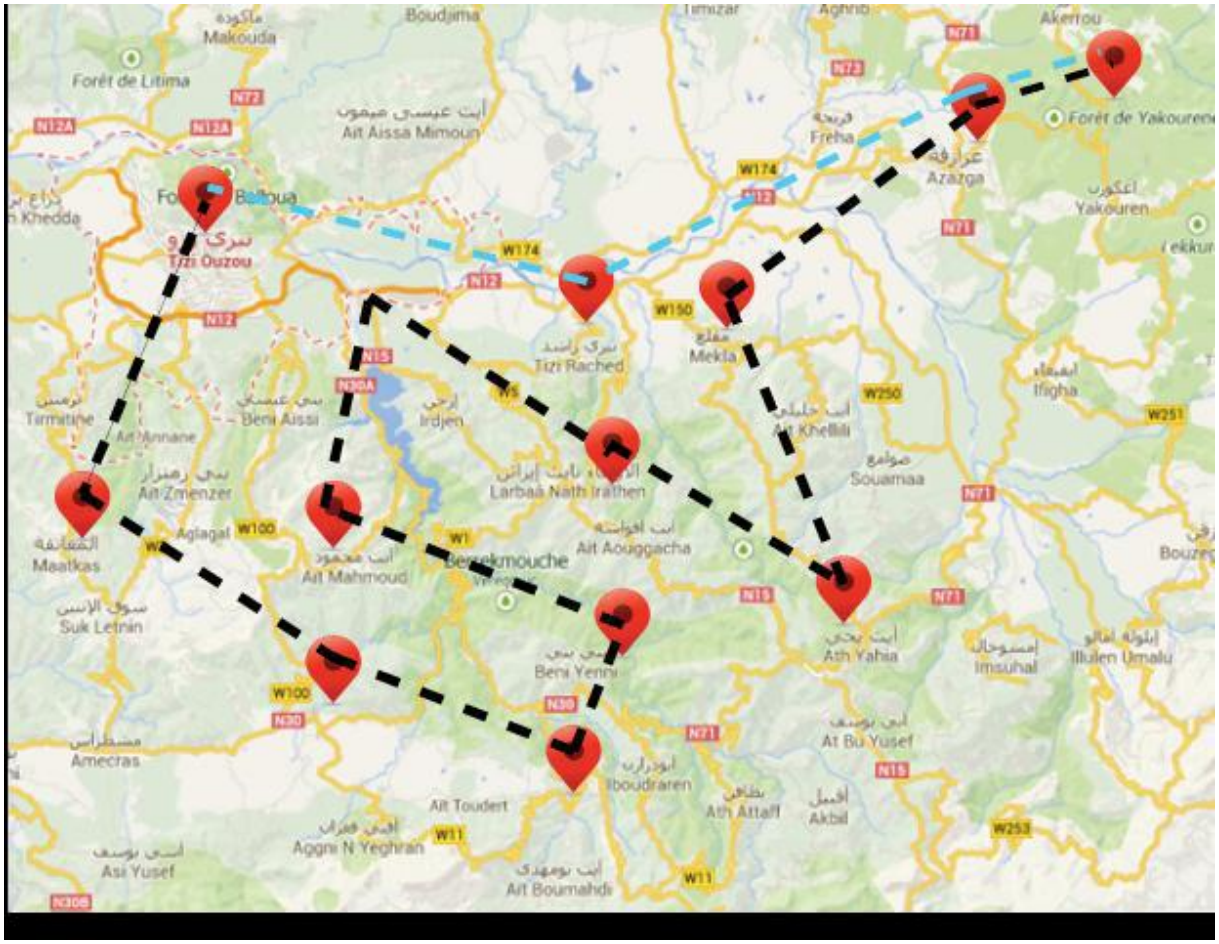
- auberge « Bracelet d'Argent » -Client -Guide +chauffeur	1900	14,21	3800	28,42		
-hôtel Tamgout restaurant gastronomique	4500	33,66	9000	67,32		
• Animation Soirées Guide local	3000	22,44	3000	22,44		
Total Colonnes	67900	507,88	57200	427,85		
Division frais collectifs /16 pax	4243,75	31,74			/	
Prix de revient	61443,75	549,59				
Marge bénéficiaire (15%)	9116,56	68,19				
T.V.A (9%)	820,49	6,14				
Prix TTC	71380,80	533,88				
Assurance (3%)	2141,42	16,02				
Prix de vente	73522,22	549,90				

4-le croquis de ce circuit touristique (Itinéraire)



WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر





WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

ETUDE DE CAS N°02

Proposer un circuit touristique de 7 jours de votre choix en précisant :

• Le thème

• Objectif de chaque jour

• La fiche technique de ce circuit

SOLUTION :

Circuit touristique à Bejaia

Fiche technique :

- Destination souhaité : nord d'Algerie Bejaia,la perle de l'Afrique du nord
- La formule souhaitée : Circuit touristique.
- L'objectif du voyage : La découverte et loisirs.
- La période : saison d'estivale
- La durée du circuit **: 7** jours / 6 nuitées
- La date de départ : 30 juin 2019.
- La date de retour : 6 juillet 2019.
- Le transport : Par avion (AH)/ autocar
- Hébergement en chambre double en pension complète
- Animation : visites guidées, soirées traditionnelles
- Données humaines
- Profession : diverses
- Nationalité du groupe : française
- Taille de groupe : 16 pax
- Guide + chauffeur
- Sexe : hommes, femmes
- Age : 18ans - 60ans

1er jour : dimanche matinée

Thème ; journée d'accueil et de contact

Arrivée des touristes par avion PARIS/BEJAIA

9h :00 accueil au niveau de l'aéroport Abane Ramdane

9h40 m : arrivée à la résidence hôtelière CHREA pour l'installation

12h :00 déjeuner et briefing

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

Apres midi :

14h :00 balade en bus dans l'ancienne ville de Bejaia avec un guide

18h :00 visite au théâtre régional, présentation d'une pièce théâtrale

20 h : diner et soirée folklorique

Objectifs de la 1ere journée :

- Prise de contact avec la clientèle
- Prise en charge de la clientèle
- Briefing pour que la clientèle puisse avoir une idée générale sur la région les traditions, la monnaie et sur le circuit proposé …..etc
- Récupération après un voyage fatigant

2eme jour lundi matinée :

Thème : adaptation au circuit :

7h :00 footing et gymnastique du groupe

8h :00 petit déjeuner

9h :00 randonnée pédestre guidée pour admirer les Rempart Hammadites et site casbah, fort sidi Abdelkader et les centres d'intérêt historiques et culturels

12h :00 déjeuner dans un restaurant restaurant le petit bateau de spécialité poisson situé au front de mer





Apres midi :

14h :00 Départ vers TIFRA (sidi aich)

15h :00 accueil à la station thermale (Sillal) repos et détente

20h :00 diner (couscous traditionnel) et une soirée folklorique) à la terrasse de la résidence

Objectifs de la 2eme journée :

- Visite des vestiges et monuments historiques
- Découverte de l'art culinaire de la région
- Découverte du tourisme thermale

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

3eme jour mardi matinée :

Thème : tourisme vert –randonnées

8h :00 petit dejeuner

9h :00 randonnée pédestre sur les hauteurs de bejaia ,Yama Gouraya ,pic des singes, le Plateau des Ruines

12h :00 déjeuner sur site (lunch packet) ;grillade(steak,entre cote,pizza,boissons(coca,jus,eau minirale) dessert(pomme,banane)









Apres midi :

14h :00 Randonnée pédestre au cap carbon,aux Aiguades en passant par la corniche

19h :00 Retour à la résidence

20h :00 diner, menu spécial poisson, soirée musicale





WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

Objectifs de la 3eme journée : Découvrir les hauteurs de Bejaia la splendeur des sites naturels

4eme jour : mercredi

Thème : tourisme balnéaire

8h :00 petit déjeuner

9h :00 excursion sur la côte ouest, plages Boulimate ,Saket,Tala-Guelaf,Thighrement envoron 40km de la zilaya de Bejaia

12h :00 dejeuner à l'auberge Thais

14h :00 détente au camp de toile Soummam à Béni Ksila environ 55km de Bejaia

19h :00 retour à l'auberge Thais

20h :00 diner sur plage plus animation





Objectifs de la 4eme journée

- Découvrir la côte ouest de Bejaia
- Avoir une idée sur le tourisme balnéaire de la region

5eme jour : jeudi

Thème : le tourisme balnéaire de cote Est :

7h :00 footing et gymnastique

8h :00 excursion sur la cote Est de la wilaya de bejaia ;Tichy ,la Grotte Féerique d'Aokas ,les falaises de Melbou environ 45km de la wilaya de bejaia

12h :00 déjeuner au complexe EL –DJORF-EDDAHABI à Melbou

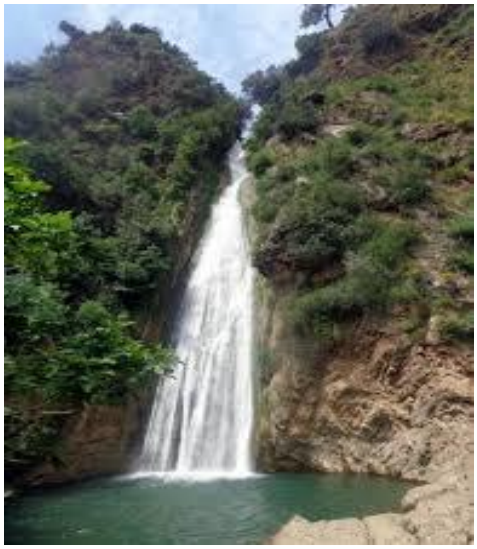
WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر




Apres midi :

14h :00 visite de la caskade de kafrida, et les gorges de Kharrata environ 60 km de la wilaya de bejaia

20h :00 diner et soirée musicale à l'hotel les HAMMADITES à Tichy




Objectif de la 5eme journée : Découvrir la côte Est de Bejaia

6eme jour : vendredi

Tourisme culturel et durable

7h :00 petit dejeuner

9h :00 Visite des ateliers de coutures pour :

- voir les méthodes de conception des robes kabyle
- Fabrication des tapis

11h30 participater à la fabrication de fromage traditionnel

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر

12h 30 déjeuner dans une maison d'hôte dans le village de Beni Maouche







14h :00 visites des huileries traditionnelles (Beni Djellil)

14h :00 moment de shopping où les clients peuvent acheter des produits artisanaux

20h :00 assister à un mariage traditionnel

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر



Objectifs de la journée :

Avoir le contact direct avec la population pour les échanges culturels

Achat des produits artisanaux comme souvenirs

Protection et la mise en valeurs du patrimoine de Bejaia

7eme jour samedi matinée :

8h :00 : petit déjeuner

9h :00 : accompagnement à l'aéroport

10h :00 : départ de nos clients

Objectifs de la 7eme journée :

Départ du groupe

Références :

1. Stéphane Charbier , le montage des produits touristiques composés ,Jacques Lenore .
2. Georges Gautheret,Armand Huet,Charline Pischler,Marie-Dominique Sultan, ventes et productions touristiques, Bréal .
3. https://forum.cultureco.com/index.php?threads/conception-dun-itin%C3%A9raire.31396/
4. http://touring-algeria.com
5. http://mapage.noos.fr/jflecaillon/Pages/croquis_cartographique.htm
6. https://www.garantiefonds.ch/fr/le-voyage-a-forfait/definition-du-voyage-a-forfait

WWW.DZPEN.COM قلم الجزائر