

République algérienne démocratique et populaire
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

Université MOULOUD MAMMARI de Tizi-Ouzou
Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Département des Sciences Commerciales

MÉMOIRE de fin de cycle

EN VUE DE L'OBTENTION DU DIPLÔME DE MASTER EN
SCIENCES COMMERCIALES

Spécialité : Marketing Hôtelier et Touristique

THÈME

Facteur travail comme facteur clé de succès des
Entreprises Hôtelières : Cas de l'hôtel ITTOURAR de
Tizi-Ouzou

Présenté par :

M. BEDJAOUI Djamel

Sous la direction de :

Mme FERNANE Djamilia

Soutenue publiquement, le 13/07/2023, devant un jury composé de :

Président : M. SAHALI Nourredine, MCA, UMMTO.

Rapporteur : Mme FERNANE Djamilia, MCB, UMMTO.

Examineurs : M. HAMDAD Toufik, MAAUMMTO

Année universitaire : 2022/2023

Dédicace

Je dédie ce modeste travail :

A mes chers parents :

*A ma défunte mère, que Dieu l'accorde sa sainte miséricorde et
l'accueille dans son vaste paradis :*

A ma chère épouse et ma fille LMA :

*A toute ma famille paternelle et maternelle et ma belle-
famille :*

*A toute personne qui m'a soutenu de près ou de loin pour que ce
travail voie le jour.*

Remerciements

Nous remercions Dieu le tout puissant de nous avoir donné la santé et la volonté d'entamer et de terminer ce travail.

Je tiens à remercier mon épouse pour son aide.

Mes vifs remerciements à Mme FERNANE DJAMLA pour avoir accepté de diriger ce travail.

Je remercie aussi tout le personnel de l'hôtel ITTOURAR où j'ai fait mon stage.

Enfin, ma reconnaissance va également aux membres du jury pour l'intérêt qu'ils ont manifesté pour ce travail, en honorant par leur présence.

**LISTE DES
TABLEAUX ET
GRAPHES**

Liste des tableaux et graphes

Tableau 1 : Les différents types d'établissements hôteliers	9
Tableau 2 : Classement hôtelier.....	10
Tableau 3 : Les normes de classification des hôtels en Algérie	31
Tableau 4:Caractéristiques de l'échantillon de l'étude	82
Tableau 5: Grille d'analyse des entretiens	83
Graph 1: Importance des dimensions en fonction de la fréquence d'apparition	89
Figure 1 : Organigramme de l'hôtel ITTOURAR	66

SOMMAIRE

Sommaire

<i>Dédicace</i>	I
<i>Remerciements</i>	II
Liste des tableaux et graphes	V
Sommaire	IV
Introduction générale	1
Chapitre I : Hôtellerie : Définition, évolution et spécificités	4
Introduction	4
Section 01 : Présentation du domaine d'hôtellerie	5
Section 02 : Spécificités du domaine de l'hôtellerie	11
Section 03 : Importance de l'hôtellerie	22
Conclusion	25
Chapitre II : Facteur travail dans le domaine d'hôtellerie en Algérie	27
Introduction	27
Section 01 : Présentation de l'hôtellerie en Algérie	28
Section 02 : Facteur travail dans le domaine d'hôtellerie en Algérie	39
Section 03 : Défis et perspectives du facteur travail dans le secteur d'hôtellerie en Algérie	52
Conclusion	60
Chapitre III : Analyse du facteur travail dans l'hôtel ITTOURAR	62
Introduction	62
Section 01 : présentation de l'établissement et organisation fonctionnelle et administrative de l'entreprise hôtelière «ITTOURAR» Tizi-Ouzou	63
Section 02 : Analyse des facteurs travail au sein de l'hôtel «ITTOURAR»	80
Section 03 : Synthèse des résultats, difficultés et recommandations	92
Conclusion	97
Conclusion générale	98
Bibliographie	101
Table des matières	102

INTRODUCTION
GENERALE

Introduction générale

L'hôtellerie joue un rôle crucial dans l'économie mondiale, offrant des services d'hébergement, de restauration et de divertissement aux voyageurs du monde entier. Dans ce secteur concurrentiel et en constante évolution, le facteur travail se révèle être un élément clé du succès des établissements hôteliers. En effet, les ressources humaines occupent une place prépondérante dans la gestion et la performance de ces établissements.

L'Algérie, pays situé au carrefour de l'Afrique du Nord et de la Méditerranée, connaît également un développement significatif de son industrie hôtelière. Avec son riche patrimoine culturel, ses paysages diversifiés et son potentiel touristique, le secteur hôtelier algérien offre de nombreuses opportunités de croissance et de prospérité économique. Cependant, pour tirer pleinement parti de ces avantages, il est essentiel de reconnaître l'importance du facteur travail dans la réussite de l'industrie hôtelière en Algérie.

Ce mémoire se concentre sur l'analyse du facteur travail comme un facteur clé du succès dans le domaine de l'hôtellerie en général, en mettant l'accent sur le contexte spécifique de l'Algérie. Nous examinerons les différentes dimensions du facteur travail, telles que le recrutement, la formation, la motivation et la rétention du personnel dans les établissements hôteliers. Nous chercherons à comprendre comment ces aspects influencent la qualité des services offerts, la satisfaction des clients et, par conséquent, la performance globale des hôtels en Algérie. En outre, ce mémoire explorera également les défis auxquels sont confrontés les établissements hôteliers en Algérie en ce qui concerne le facteur travail. Nous aborderons les problèmes liés à la pénurie de main-d'œuvre qualifiée, à la gestion des talents, à la diversité culturelle et aux conditions de travail. En identifiant ces défis, nous pourrions proposer des recommandations et des stratégies visant à améliorer la gestion du facteur travail et à renforcer la compétitivité de l'industrie hôtelière en Algérie. En résumé, ce mémoire mettra en évidence l'importance du facteur travail en tant que clé du succès dans le secteur de l'hôtellerie en général, en soulignant les enjeux spécifiques rencontrés en Algérie. En analysant les différents aspects du facteur travail et en proposant des solutions aux défis identifiés, nous espérons contribuer à l'amélioration continue de l'industrie hôtelière en Algérie, favorisant ainsi le développement économique et touristique du pays.

Le choix du thème

Nous avons choisi ce thème en raison de l'importance du facteur travail dans les établissements hôteliers. Aujourd'hui, le facteur travail joue un rôle crucial dans le secteur hôtelier car ce dernier dépend fortement de la main d'œuvre qualifiée pour fournir des expériences positives aux clients. Concernant le cas pratique, nous avons opté pour l'hôtel ITTOURAR de Tizi-Ouzou pour la disponibilité du personnel.

L'objectif de la recherche

L'objectif principal de notre recherche est de déterminer l'importance du facteur travail dans un établissement hôtelier :

- Déterminer le rôle important du facteur travail comme facteur clé du succès dans les services hôteliers, particulièrement en Algérie ;
- Déterminer les défis liés au facteur travail ;
- Proposer des solutions pour améliorer le facteur travail dans le secteur hôtelier en Algérie.

Problématique : Au long de notre étude, nous essayons de répondre à la question principale suivante : **Quelle est l'importance du facteur travail pour une entreprise hôtelière ?**

Dans le but d'exploiter notre problématique, nous allons la décortiquer en questions dérivées :

- Quels sont les facteurs spécifiques liés au travail dans le secteur d'hôtellerie qui contribuent au succès des entreprises ?
- Quel est l'impact de la qualité de la main d'œuvre sur la satisfaction des clients dans le domaine d'hôtellerie ?
- Comment les compétences, la formation et la motivation peuvent-elles influencer la performance globale d'un hôtel ?

Afin de bien orienter notre étude et recherche, nous essayerons de vérifier les hypothèses suivantes :

- Un personnel hautement qualifié et motivé peut offrir un service de qualité supérieure aux clients, ce qui conduira à un taux de satisfaction élevé et à une fidélité à long terme.

- Des employés bien formés et compétents peuvent effectuer leur travail de manière efficace ce qui entrainera une augmentation de la productivité globale de l'hôtel, une utilisation plus efficace des ressources et une rentabilité accrue.
- La promotion d'un environnement de travail inclusif qui encourage la diversité des perspectives, des compétences peut favoriser l'innovation, améliorer la prise de décision et permettre à l'hôtel de mieux répondre aux besoins d'une clientèle diversifiée.

Méthodologie de recherche

Nous avons utilisé la documentation pour prendre connaissance de tout document capable d'aider à comprendre le rôle du facteur travail au sein de l'hôtel ITTOURAR. Notre recherche s'est focalisée sur des documents internes de l'hôtel ITTOURAR d'une part comme le règlement intérieur, l'organigramme. D'autre part, nous avons consulté quelques documents universitaires tels que mémoire de fin d'études, rapport de stage, cours, articles et ouvrages) plus sites internet. Nous avons utilisé également l'observation pour observer et comprendre ce qui se passe sur le terrain. Nous avons fait une tournée dans les différents services de l'établissement hôtelier : le restaurant, le bureau de gestion des ressources humaines, la réception, Etc. Nous avons complété le travail de terrain par des entretiens avec le responsable des ressources humaines et le réceptionniste de l'hôtel. Notre entretien avait un cadre individuel non directif, autrement dit une présentation générale de l'hôtel et une discussion en relation avec le thème général. Ces entretiens nous ont permis d'approfondir notre compréhension et notre connaissance du facteur travail.

Pour bien organiser notre travail, nous avons choisi le plan de la rédaction comportant deux parties : La première partie est une étude théorique subdivisée en deux chapitres, le premier porte sur les aspects théoriques de l'hôtellerie, une présentation conceptuelle d'une façon générale. Quant au deuxième chapitre, se focalise sur les facteurs travail, les défis et les perspectives dans le secteur d'hôtellerie en Algérie. La deuxième partie est consacrée à la présentation de l'organisme d'accueil l'hôtel ITTOURAR, son historique et ses différents services et activités et ce pour avoir un aperçu global sur l'établissement. Ensuite, nous procéderons à une analyse des données et informations obtenues par un entretien. Enfin, nous conclurons notre travail par une conclusion générale dans laquelle nous exposerons les informations et les résultats aboutis au terme de notre travail.

CHAPITRE I :
Hôtellerie : Définition,
évolution et spécificités

Chapitre I : Hôtellerie : Définition, évolution et spécificités

Introduction

L'hôtellerie, un secteur dynamique et en constante évolution, occupe une place centrale dans l'économie mondiale. Elle englobe un large éventail d'établissements, tels que les hôtels, les complexes touristiques, les restaurants, les spas et les centres de villégiature. L'hôtellerie est bien plus qu'un simple hébergement ; elle offre une expérience complète à ses clients, allant de l'accueil chaleureux à la satisfaction de leurs besoins.

. Dans ce chapitre, nous nous intéressons à l'hôtellerie sous différents angles, en commençant par une présentation conceptuelle approfondie.

La première section de ce chapitre porte sur la présentation de l'hôtellerie dans son ensemble. Nous explorerons l'histoire fascinante de cette industrie, remontant à ses racines antiques, en passant par les premières auberges et auberges de voyage, jusqu'aux hôtels modernes d'aujourd'hui. Nous examinerons les principaux jalons qui ont façonné l'industrie et conduit à son développement actuel.

Dans la deuxième section, nous analyserons les spécificités du secteur hôtelier. Cette industrie se distingue par sa nature complexe et multidimensionnelle. Nous examinerons les différents types d'établissements hôteliers, tels que les hôtels de luxe, les hôtels-boutiques, les resorts et les auberges de jeunesse, en mettant en évidence leurs caractéristiques distinctives et les services qu'ils offrent. Nous discuterons également des divers départements et fonctions qui composent un hôtel, comme l'hébergement, la restauration, le service à la clientèle, la gestion des opérations et le marketing.

Enfin, dans la troisième section, nous mettrons en lumière l'importance du secteur de l'hôtellerie. Cette industrie joue un rôle vital dans le développement économique de nombreux pays. Elle génère des emplois, stimule le tourisme, favorise les échanges commerciaux et contribue à la croissance du PIB. Nous examinerons également l'impact de l'hôtellerie sur d'autres secteurs connexes, tels que la restauration, les transports et le divertissement.

En résumé, ce chapitre sur l'hôtellerie offre une présentation conceptuelle approfondie de ce secteur passionnant. Nous plongerons dans son histoire riche, examinerons les spécificités de cette industrie et comprendrons son importance dans l'économie mondiale.

Section 1 : Présentation du domaine d'hôtellerie

L'hôtellerie est le terme utilisé pour décrire un établissement pouvant accueillir et loger des personnes ou des voyageurs contre de l'argent. Elle constitue un véritable acteur pour le domaine du tourisme. De nos jours, l'hôtellerie est une industrie très évoluée. Elle s'étend dans tous les pays du monde et dans certains cas elle impacte même sur l'économie du pays.

1. Bref historique de l'hôtellerie

L'histoire de l'hôtellerie remonte à l'Antiquité, lorsque les premières formes d'hébergement ont commencé à émerger. Cependant, l'idée d'un établissement spécifiquement conçu pour accueillir des voyageurs et leur offrir un hébergement confortable est apparue plus tard, à l'époque médiévale.

Dans les civilisations de l'Antiquité, comme l'Égypte, la Grèce et Rome, les voyageurs pouvaient trouver des auberges et des tavernes pour se reposer et se restaurer. Ces établissements étaient généralement rudimentaires et ne fournissaient pas le même niveau de confort que nous connaissons aujourd'hui.

Au Moyen Âge, avec l'essor du commerce et des pèlerinages, la demande d'hébergement s'est accrue. Les auberges sont devenues plus courantes, offrant aux voyageurs un endroit pour passer la nuit et se ravitailler en nourriture et en boissons. Les auberges médiévales étaient souvent situées le long des routes principales et étaient souvent de simples bâtiments avec des chambres communes.

À l'époque de la Renaissance, l'hôtellerie a commencé à évoluer vers une forme plus sophistiquée. Les auberges ont progressivement été remplacées par des hôtels, des établissements plus élégants et raffinés. Les premiers hôtels étaient souvent des bâtiments de plusieurs étages avec des chambres privées et des commodités améliorées. Ils étaient fréquentés par l'élite sociale, les nobles et les riches marchands.

Au 18e siècle, avec l'essor du tourisme, les hôtels ont continué à se développer. Les progrès technologiques, tels que l'éclairage au gaz et les ascenseurs, ont permis de construire des hôtels plus grands et plus luxueux. Les voyages en train sont devenus plus populaires, ce qui a entraîné la construction d'hôtels près des gares pour accueillir les voyageurs.

Au 19e siècle, l'hôtellerie a connu une évolution significative. Des chaînes hôtelières ont commencé à émerger, offrant des hébergements standardisés et des services cohérents dans plusieurs villes. L'un des premiers exemples de chaîne hôtelière est la Compagnie des wagons-lits,

Chapitre I : Hôtellerie : Définition, évolution et spécificités

qui a introduit les voitures-lits dans les trains et a ensuite ouvert des hôtels pour accueillir les voyageurs.

Au cours du 20e siècle, l'industrie hôtelière a connu une croissance rapide. L'augmentation du nombre de voitures et l'amélioration des infrastructures routières ont favorisé le développement d'hôtels le long des autoroutes. Les hôtels de luxe sont devenus une norme dans les grandes villes, offrant des services et des équipements de qualité supérieure.

Avec l'avènement de l'aviation commerciale, l'industrie hôtelière s'est adaptée pour répondre aux besoins des voyageurs aériens. Des hôtels ont été construits près des aéroports pour offrir un hébergement pratique aux passagers en transit.

Au 21e siècle, l'industrie hôtelière a continué de se transformer avec l'essor d'Internet et des plateformes de réservation en ligne. Les hôtels ont dû s'adapter à la demande des voyageurs qui recherchent des réservations faciles et des informations détaillées sur les hébergements (web, 2020). De plus, de nouveaux concepts tels que les hôtels-boutiques, les hôtels écologiques et les hébergements collaboratifs (comme Airbnb) ont émergé pour répondre à des besoins spécifiques des voyageurs.

L'hôtellerie moderne est caractérisée par une grande diversité, avec des établissements allant des petites pensions familiales aux grands complexes hôteliers de luxe. Les avancées technologiques continuent de façonner l'industrie, avec des hôtels proposant des services innovants tels que l'enregistrement en ligne, les clés numériques et les applications mobiles pour améliorer l'expérience des clients (web, 2020)

En résumé, l'histoire de l'hôtellerie est marquée par une évolution constante en réponse aux besoins changeants des voyageurs et aux progrès technologiques. De simples auberges médiévales aux hôtels de luxe modernes, l'industrie hôtelière a traversé les siècles en s'adaptant et en se développant pour offrir des expériences d'hébergement toujours meilleures.

2. Définition de l'hôtellerie

C'est l'industrie de mise en point pour satisfaire le touriste en matière de logement, de nourriture et de prestation de service, moyennant rétribution pour une occupation à la journée, à la semaine ou au mois.

L'hôtelier qui accueille et héberge un touriste étranger collecte des devises étrangères qui pèsent d'une manière appréciable sur la balance des comptes du pays.

Chapitre I : Hôtellerie : Définition, évolution et spécificités

Dans les pays à vocation touristique, l'hôtellerie en raison de son volume d'affaires, participe activement à la vie économique et sociale.

De par la nécessité de s'adapter constamment au marché, l'hôtellerie est inventive et crée de nouveaux produits, de nouveaux concepts répondant à l'évolution de la clientèle. L'hôtellerie contribue enfin à la réputation et au prestige du pays à travers l'accueil et les traditions qui font rappel des richesses et les beautés naturelles, les trésors artistiques comme les grandes réalisations techniques.

L' hôtellerie est appelée aussi industrie hôtelière qui veut dire une activité qui regroupe un ensemble d'établissement qui proposent des services d'accueils à des clients pendant une durée déterminée en échange d'une contribution. Cette activité est souvent associée au domaine du tourisme (Wikipédia, 2023).

L'hôtellerie est une notion très large, plusieurs spécialistes définissent ce terme comme un secteur destiné à exploiter les hôtels, l'offre hôtelière regroupe un ensemble d'attractivité permettant de répondre aux attentes des clients.

3. Formes et les différents types d'établissements hôteliers

3.1 Hôtellerie homologuée

L'homologation permet de classer les hôtels selon plusieurs catégories et ce en fonction du confort et des prestations proposées. Cela comprend des hôtels indépendants et ceux appartenant aux chaînes hôtelières (Moussouni, 2021).

3.1.1 Hôtel de tourisme

Est un établissement commercial d'hébergement classé, qui offre des chambres ou des appartements meublés en location à une clientèle de passage qui y effectue un séjour caractérisé par une location à la journée, à la semaine ou au mois, mais qui, sauf exception, n'y élit pas domicile.

3.1.2 Motel de tourisme

C'est un hôtel situé à proximité des grands itinéraires routiers permettant aux automobilistes de passage de faire une halte.

3.1.3 Résidence de tourisme

Appelée aussi résidence hôtelière est un établissement commercial d'hébergement touristique, constitué d'un ensemble de chambres ou d'appartements meublés individuels ou collectifs « prêt à vivre » prêts à louer à une clientèle touristique (Moussouni, 2021).

3.2 Hôtellerie non homologuée

C'est un caractère commercial mais qui ne bénéficie pas d'un classement selon les normes et les standards officiels. Ce type offre des chambres ou des appartements meublés à louer à une clientèle de passage ou à une clientèle effectuant un séjour d'une journée, d'une semaine ou d'un mois.

3.2.1 Hôtel de préfecture

Petits hôtels de centre-ville sans étoiles qui sont recensés par les services de la préfecture à cause de l'insuffisance de leurs installations ou de nombre de chambres inférieur aux normes légales.

3.2.2 Maisons meublées

Elles sont constituées de villas, d'appartements ou de chambres meublées à louer pour une durée maximale d'un mois.

3.3 Hébergement en milieu rural

3.3.1 Auberge rural

C'est un établissement d'hébergement de catégorie modeste, situé dans un milieu rural, comportant au minimum six chambres.

3.3.2 Village de vacances

C'est tout ensemble d'hébergement faisant l'objet d'une exploitation globale à caractère commercial ou non, destiné à assurer des séjours de vacances et de loisirs, selon un prix forfaitaire comportant la fourniture de repas ou de moyens individuels pour les préparer et l'usage d'équipements collectifs permettant des activités de loisirs sportifs et culturels.

3.3.3 Gites

Elles sont un établissement d'hébergement meublé situé en commune rurale, créé ou aménagé dans des bâtiments pour recevoir des vacanciers (Fernane D., 2014).

3.3.4 Auberges de jeunesse

C'est un établissement d'accueil offrant à des jeunes une présentation d'une carte d'adhérent un hébergement minimal et la possibilité de préparer et de prendre leur repas.

3.4 Hôtellerie de plein air

3.4.1 Parc résidentiel de loisirs

C'est un type d'hébergement touristique qui accueille des familles pendant leurs vacances. Cet établissement met à la disposition de sa clientèle un service de restauration, des commerces de détail, une piscine, des terrains de sport et des animations diverses.

3.4.2 Camping et caravaning

C'est un type de camping en caravane, c'est louer un emplacement à la journée, à la semaine ou au mois pour une clientèle de passage.

Tableau 1 : Les différents types d'établissements hôteliers

Hôtellerie homologuée	<ul style="list-style-type: none">- Hôtel de tourisme- Motel de tourisme- Résidence de tourisme
Hôtellerie non homologuée	<ul style="list-style-type: none">- Hôtel de préfecture- Maison meublée- chambre à louer
Hébergement au milieu rural	<ul style="list-style-type: none">- Auberge rural- Village de vacances- les gites- Auberge de jeunesse
Hôtellerie de plein air	<ul style="list-style-type: none">- Parcs résidentiels de loisirs.- camping et caravaning

Source : Élaboré par nous-mêmes.

4. Hôtel

4.1 Définition

L'hôtel est un établissement commercial qui met à la disposition d'une clientèle des chambres ou appartements meublés pour un prix à la journée, à la semaine ou au mois.

Selon le décret N°02000-46 du 1 Mars 2000, article 4 « l'hôtel est une structure d'hébergement aménagée pour le séjour et éventuellement pour la restauration des clients. » (Annik, 2006).

4.2 Normes de classement des hôtels

L'hôtel de tourisme peut faire l'objet de classement (exprimé en nombre d'étoiles), quel que soit le nombre des chambres. Les hôtels sont classés en 5 catégories, de 1 à 5 étoiles (Moussouni, 2021).

L'attribution d'étoiles se fait sur la base de critères appartenant aux quatre catégories suivantes :

- Qualité de confort des équipements ;
- Qualité des services au client proposés ;

Chapitre I : Hôtellerie : Définition, évolution et spécificités

- bonnes pratiques en matière de respect de l'environnement ;
- Bonnes pratiques pour l'accueil des clients en situation de handicap.

Tableau 2 : Classement hôtelier

Classement	Catégorie d'hébergement
Hôtel 1*	Économique
Hôtel 2*	Milieu de gamme
Hôtel 3*	Milieu de gamme supérieur
Hôtel 4*	Haut de gamme
Hôtel 5* (y compris les palaces)	Très haut de gamme

Source : (Moussouni, 2021)

L'hôtel est une structure d'hébergement aménagée pour le séjour et, accessoirement, la restauration des clients. Le secteur hôtelier en Algérie est régi essentiellement par l'article 48 de la loi n° 99-01 du 6 janvier 1999, fixant les règles de construction et d'aménagement des établissements hôteliers, par le décret exécutif N° 2000-46 du 1er mars 2000, définissant les établissements hôteliers et fixant leur organisation, leur fonctionnement ainsi que les modalités de leur exploitation et enfin le décret exécutif N° 2000-130 du 11 juin 2000 fixant les normes et les conditions de classement des établissements hôteliers en catégorie (CNES, 2002) . Ces derniers doivent également répondre aux normes techniques imposées par la réglementation en vigueur qui prévoit, notamment, le classement des hôtels en cinq catégories. Les hôtels algériens sont soumis aux règlements du ministère du Tourisme qui les classent par nombre d'étoiles comme suit : luxe (05 étoiles), deuxième catégorie (4/3 étoiles) et catégorie touriste (2/1 étoiles).

La classification hôtelière est tout aussi multiple et hétérogène qu'il existe d'hôtels. Suivant les législations spécifiques des pays, des us et coutumes de certaines régions, voire même, des associations et syndicats hôteliers, les hôtels sont classés de façon souvent différente. On peut aussi remarquer des classifications de type « 4 étoile luxe », une spécificité française pour détourner la classification cinq étoiles qui supporte une TVA supérieure en tant que produits de luxe. Dans le cadre de la réforme du classement hôtelier Français, de grandes divergences de vue sur le référentiel des nouvelles normes et la manière de les appliquer apparaissent avec, à titre d'exemples, la disparition du zéro étoile et le remplacement du quatre étoiles luxe par cinq étoiles (Annik, 2006).

Généralement, le classement commence à partir d'une étoile pour les hôtels de type économique jusqu'à cinq étoiles pour les établissements de luxe. Le cinq étoiles est souvent associé à la gamme de luxe, malgré une certaine inflation d'étoiles comme le Crown Macao sur l'île de

Chapitre I : Hôtellerie : Définition, évolution et spécificités

Taipé, le Palazzo-Versace en Australie ou Park Hyatt à Séoul en Corée de sud qui se sont arrogés six étoiles. Pour les sept étoiles, nous avons comme exemple le fameux hôtel Burdj El Arabe à Dubaï (Iunius & Fraenkel, 2009, p. 27). Certes, ces classifications, énoncées sous l'égide d'une tutelle ministérielle ou d'une association professionnelle, sont souvent effectuées selon des critères flous pouvant s'appuyer sur la qualité des petits déjeuners servis, le chauffage des chambres, l'isolation phonique, la connexion Internet, etc.

A cet égard, nous pouvons distinguer deux formes d'exploitations : il s'agit, pour la première, des exploitants indépendants qui sont généralement propriétaires de leur établissement qu'ils gèrent seuls ou en famille et, pour la seconde, de chaînes hôtelières qui sont des regroupements d'établissements présentant un certain nombre de prestations identiques pouvant intéresser une clientèle plus facile à capter et à canaliser lorsqu'on lui présente un produit commun, susceptible d'apparaître dans tous les hôtels du groupe.

A côté de l'hôtel, il peut évidemment exister d'autres formes d'hébergement répondant aux mêmes attentes mais qui présentant tout de même certaines spécificités. Il s'agit du motel, du village de vacances, de l'auberge, la pension, le chalet, la résidence touristique, le terrain de camping et du gîte d'étape, pour ne citer que ceux-là (Iunius & Fraenkel, 2009).

A prés avoir distingué le tourisme à partir des variables de temps et d'espace, de nouvelles conceptions à forte connotation économique tendent à présenter cette activité comme un processus productif cohérent, ayant vocation à satisfaire une demande donnée. A travers ces deux définitions, nous pouvons déduire que le tourisme est une activité multidimensionnelle susceptible de revêtir plusieurs aspects économiques et sociaux.

Section 2 : Spécificités du domaine de l'hôtellerie

Dans cette section, nous explorerons en détail les spécificités du secteur hôtelier et les services qu'il propose.

1. Services d'hôtellerie

Les services d'hôtellerie font référence aux différents services fournis par les hôtels pour répondre aux besoins et aux attentes des clients. Nous citons quelque des services d'hôtellerie les plus courants (Blog, 2011) .

1.1 Réception et enregistrement

À leur arrivée, les clients sont accueillis par le personnel de la réception, qui gère leur enregistrement, leur remet les clés de leur chambre et répond à leurs questions.

1.1.1 Service d'étage

Les hôtels proposent souvent un service d'étage, qui permet aux clients de commander des repas, des boissons ou d'autres articles directement dans leur chambre.

1.1.1.1 Nettoyage et entretien ménager

Les hôtels assurent le nettoyage régulier des chambres et des espaces communs, ainsi que le remplacement des serviettes et des draps.

1.1.1.2 Restauration

De nombreux hôtels disposent de restaurants, de cafés ou de bars où les clients peuvent se restaurer. Certains proposent également des services de petit-déjeuner inclus dans le tarif de la chambre.

1.1.1.3 Conciergerie

Le personnel de la conciergerie est disponible pour fournir des informations touristiques, réserver des activités ou des visites, organiser des transferts et répondre à d'autres demandes des clients.

1.1.1.4 Centre de remise en forme et spa

Certains hôtels sont équipés d'un centre de remise en forme, d'une piscine ou d'un spa, où les clients peuvent se détendre, faire de l'exercice ou bénéficier de soins de bien-être.

1.1.1.5 Services aux entreprises

De nombreux hôtels proposent des installations et des services pour les voyageurs d'affaires, tels que des salles de réunion, des équipements audiovisuels, des services de secrétariat et d'autres équipements professionnels.

1.1.1.6 Wi-Fi et connectivité

Les hôtels offrent généralement un accès Wi-Fi gratuit ou payant à leurs clients, leur permettant de rester connectés pendant leur séjour.

1.1.1.7 Service de blanchisserie

Les hôtels proposent des services de blanchisserie et de nettoyage à sec pour les vêtements des clients.

1.1.1.8 Service de navette

Certains hôtels proposent un service de navette pour faciliter les déplacements des clients entre l'hôtel et les attractions touristiques ou les aéroports.

Ces services peuvent varier d'un hôtel à l'autre, en fonction de leur catégorie, de leur emplacement et de leur clientèle cible. Certains hôtels haut de gamme offrent des services plus

exclusifs tels que des voituriers, des majordomes personnels et des services de réservation de billets pour des événements spéciaux.

1.1.2 Spécificités du secteur hôtelier

Le secteur de l'hôtellerie est un domaine dynamique et en constante évolution qui englobe une large gamme d'établissements tels que les hôtels, les complexes touristiques, les auberges, les pensions, les maisons d'hôtes et les centres de villégiature. Voici quelques-unes des spécificités qui caractérisent ce secteur (web, hôtelier, 2022) .

1.1.2.1 Service à la clientèle

Le service à la clientèle dans le secteur hôtelier est d'une importance cruciale pour assurer la satisfaction des clients et la réussite globale de l'établissement. Voici quelques éléments clés à prendre en compte lorsqu'il s'agit de fournir un excellent service à la clientèle dans le secteur hôtelier.

a. Accueil chaleureux

Un accueil amical et chaleureux dès l'arrivée des clients est essentiel. Le personnel de la réception doit être aimable, souriant et prêt à répondre aux besoins des clients.

b. Communication efficace

Il est important de communiquer de manière claire et précise avec les clients. Les membres du personnel doivent être à l'écoute des demandes et des préoccupations des clients, et fournir des réponses utiles et rapides.

c. Disponibilité 24h/24

Les hôtels fonctionnent généralement 24h/24, il est donc important de fournir un service à la clientèle accessible en tout temps. Cela peut inclure la disponibilité d'un personnel de réception ou d'un service d'assistance téléphonique à toute heure.

d. Gestion des plaintes

Les problèmes et les plaintes des clients peuvent survenir à tout moment. Il est essentiel d'avoir des procédures en place pour gérer efficacement les plaintes et les résoudre de manière satisfaisante pour les clients (Christian, 2006).

e. Personnalisation du service

Les clients apprécient souvent un service personnalisé qui répond à leurs besoins spécifiques. Cela peut inclure des éléments tels que des recommandations de restaurants locaux, des services de conciergerie ou des attentions particulières pour les occasions spéciales.

f. Rapidité et efficacité

Les clients apprécient un service rapide et efficace. Que ce soit lors de l'enregistrement, du service en chambre ou de tout autre aspect du séjour, il est important de veiller à ce que les demandes des clients soient traitées rapidement et efficacement.

g. Formation du personnel

Assurez-vous que votre personnel est bien formé aux normes élevées de service à la clientèle. Ils doivent être bien informés sur les services de l'hôtel, les commodités offertes et les attractions locales afin de pouvoir répondre aux questions des clients et les aider de manière adéquate (Christian, 2006).

h. Suivi après le séjour

Un bon service à la clientèle ne s'arrête pas lorsque le client quitte l'hôtel. Envoyer un message de remerciement après le séjour ou demander des commentaires sur l'expérience vécue peut montrer aux clients que leur satisfaction est importante pour l'établissement.

En mettant l'accent sur ces aspects du service à la clientèle, les hôtels peuvent offrir une expérience positive et mémorable à leurs clients, favorisant ainsi leur fidélité et leur recommandation de l'établissement à d'autres personnes.

1.1.2.2 Gestion de l'expérience client

La gestion de l'expérience client (Customer Experience Management, CEM) désigne l'ensemble des stratégies, processus et actions mis en place par une entreprise pour offrir une expérience positive et satisfaisante à ses clients tout au long de leur parcours d'achat et d'interaction avec la marque. Voici quelques éléments clés de la gestion de l'expérience client.

a. Comprendre les besoins et attentes des clients

Il est essentiel de bien connaître votre public cible et de comprendre ce qu'ils recherchent, quels sont leurs besoins et leurs attentes. Cela peut être réalisé par des études de marché, des enquêtes, des analyses de données et des interactions directes avec les clients.

b. Cartographier le parcours client

Il s'agit de visualiser et de comprendre les différentes étapes par lesquelles les clients passent lorsqu'ils interagissent avec votre entreprise, depuis la prise de conscience jusqu'à l'achat, l'utilisation du produit ou du service, et le service après-vente. Cette cartographie permet d'identifier les points de contact clés et les moments critiques où vous pouvez influencer positivement l'expérience client.

c. Offrir une expérience cohérente

Assurez-vous que chaque interaction avec votre entreprise, que ce soit en ligne, en personne, par téléphone ou par courrier, offre une expérience cohérente et alignée avec la promesse de votre marque. Cela implique une coordination entre les différents départements de l'entreprise pour garantir que tous les points de contact reflètent les valeurs et la qualité de service attendues.

d. Personnaliser l'expérience

Les clients apprécient les expériences personnalisées qui répondent à leurs besoins spécifiques. Utilisez les données clients disponibles pour offrir des recommandations pertinentes, des offres spéciales et des communications adaptées à chaque client. Cela peut inclure des techniques telles que la segmentation de la clientèle, le ciblage comportemental et l'utilisation de chatbots ou d'assistants virtuels.

e. Impliquer les clients

Favorisez l'interaction et l'engagement des clients en les encourageant à donner leur avis, à partager leurs expériences et à interagir avec votre marque sur les réseaux sociaux ou d'autres plateformes. Les clients satisfaits peuvent devenir de précieux ambassadeurs de votre marque.

f. Mesurer et analyser les résultats

Utilisez des indicateurs clés de performance (KPI) pour évaluer l'efficacité de vos initiatives en matière d'expérience client. Mesurez la satisfaction client, le taux de fidélisation, le taux de recommandation et d'autres métriques pertinentes. Analysez les données recueillies pour identifier les domaines d'amélioration et ajuster vos stratégies en conséquence.

g. Fournir un excellent service après-vente

Le service après-vente est crucial pour maintenir la satisfaction et la fidélité des clients. Assurez-vous d'avoir des processus en place pour répondre rapidement aux demandes de service, résoudre les problèmes et offrir un soutien continu à vos clients.

En résumé, la gestion de l'expérience client consiste à placer les clients au centre de toutes les décisions et actions de l'entreprise, en veillant à ce qu'ils vivent une expérience positive, cohérente et personnalisée à

1.1.2.3 Saisonnalité

La saisonnalité est un facteur important dans le secteur hôtelier. Elle fait référence aux variations saisonnières de la demande et de l'activité dans les hôtels, qui sont souvent liées aux habitudes de voyage des personnes et aux conditions météorologiques. Voici quelques points clés à connaître sur la saisonnalité dans le secteur hôtelier :

a. Haute saison

Dans de nombreuses destinations touristiques, il existe une période de haute saison pendant laquelle la demande d'hébergement est élevée. Cela se produit généralement pendant les vacances scolaires, les périodes de congés et les saisons estivales. Les hôtels peuvent être complets pendant cette période et les prix des chambres ont tendance à être plus élevés.

b. Basse saison

La basse saison est la période où la demande d'hébergement est plus faible. Cela peut être dû à des conditions météorologiques défavorables, à des périodes de moindre activité touristique ou à des événements locaux qui affectent la demande. Pendant la basse saison, les hôtels peuvent proposer des tarifs réduits ou des offres spéciales pour attirer les clients.

c. Saisonnalité régionale

La saisonnalité peut varier d'une région à l'autre en fonction de différents facteurs. Par exemple, les stations balnéaires ont souvent une saisonnalité marquée pendant les mois d'été, tandis que les destinations de ski peuvent connaître une forte demande pendant les mois d'hiver. Les hôtels situés dans des zones urbaines ou des centres d'affaires peuvent être moins affectés par la saisonnalité touristique.

d. Impact sur la planification et la gestion

La saisonnalité peut poser des défis en termes de planification et de gestion pour les hôtels. Pendant les périodes de haute saison, il peut être nécessaire de prévoir une augmentation du personnel, d'optimiser les capacités d'hébergement et de gérer les réservations de manière plus stricte. En revanche, pendant les périodes de basse saison, il peut être nécessaire d'ajuster les coûts, de proposer des promotions ou de fermer certaines parties de l'hôtel pour minimiser les pertes.

e. Diversification des activités

Pour atténuer les effets de la saisonnalité, de nombreux hôtels cherchent à diversifier leurs activités. Par exemple, ils peuvent proposer des installations de spa, des services de restauration, des salles de conférence ou des activités de loisirs pour attirer une clientèle différente pendant les périodes de moindre demande touristique.

En résumé, la saisonnalité est un aspect important à prendre en compte dans le secteur hôtelier. Comprendre les fluctuations saisonnières de la demande peut aider les hôtels à mieux planifier leurs opérations, à ajuster leurs tarifs et à mettre en place des stratégies de marketing appropriées pour maximiser leur rentabilité tout au long de l'année.

1.2 Concurrence intense

L'industrie hôtelière est hautement concurrentielle, avec de nombreux acteurs sur le marché. Les hôtels doivent se démarquer en offrant des services uniques, en créant des expériences spéciales et en proposant des tarifs compétitifs. La qualité, l'innovation et la fidélisation des clients jouent un rôle crucial pour rester compétitif dans ce secteur. Il existe plusieurs facteurs qui contribuent à cette intensité concurrentielle :

1.2.1 Nombre élevé d'hôtels

Dans de nombreuses destinations touristiques et zones urbaines, il y a un grand nombre d'hôtels qui offrent des services similaires. Cela crée une concurrence directe entre les établissements pour attirer les clients.

1.2.2 Diversité de l'offre

Les hôtels proposent une gamme de services et de caractéristiques différentes pour se démarquer. Certains se concentrent sur le luxe, d'autres sur les tarifs abordables, et d'autres encore sur des aspects tels que la localisation, les équipements ou les expériences uniques. Cette diversité d'offre crée une concurrence accrue pour répondre aux différents besoins et préférences des clients.

1.2.3 Plateformes de réservation en ligne

L'avènement des plateformes de réservation en ligne a facilité la comparaison des prix et des services hôteliers. Les clients peuvent rapidement consulter les offres de différents hôtels, lire les avis des clients et prendre des décisions éclairées. Cela met une pression supplémentaire sur les hôtels pour offrir des tarifs compétitifs et des expériences de qualité (Sabadie, 2001).

1.2.4 Satisfaction client

Les hôtels doivent constamment travailler à la satisfaction de leurs clients pour fidéliser leur clientèle et attirer de nouveaux clients. Les avis en ligne jouent un rôle important dans la réputation d'un hôtel, et les établissements doivent donc veiller à offrir un service de qualité pour éviter des retombées négatives (Fernane D. , 2022).

1.2.5 Nouvelles tendances et innovations

Les hôtels doivent également rester à jour avec les nouvelles tendances et les innovations de l'industrie. Cela peut inclure l'adoption de technologies, la personnalisation des services, la durabilité environnementale ou l'intégration de concepts novateurs. Les hôtels qui ne s'adaptent pas aux attentes changeantes des clients risquent de perdre leur avantage concurrentiel.

En raison de cette concurrence intense, les hôtels doivent constamment innover, améliorer leur qualité de service et trouver des moyens de se démarquer sur le marché pour attirer les clients et maintenir leur rentabilité.

2. Gestion des ressources humaines

La gestion des ressources humaines dans le secteur hôtelier revêt une grande importance pour assurer le bon fonctionnement de l'établissement et offrir un service de qualité aux clients. Voici quelques aspects clés de la gestion des ressources humaines dans ce secteur.

2.1 Recrutement et sélection

Il est essentiel de recruter des candidats qualifiés et motivés pour les postes disponibles. Les responsables des ressources humaines doivent élaborer des descriptions de poste claires, diffuser les offres d'emploi, mener des entretiens approfondis et effectuer des vérifications des antécédents pour trouver les bons candidats.

2.2 Formation et développement

La formation est cruciale pour améliorer les compétences des employés et leur permettre de fournir un service exceptionnel aux clients. Les hôtels doivent offrir des programmes de formation initiale pour les nouveaux employés, ainsi que des formations continues pour le développement professionnel et l'amélioration des compétences.

2.3 Planification des effectifs

Il est important de prévoir les besoins en personnel en fonction de la saisonnalité et des fluctuations de la demande. La gestion des ressources humaines doit établir des plannings efficaces pour assurer une couverture adéquate des postes tout en respectant les lois du travail en vigueur.

2.4 Gestion des performances

Il est nécessaire d'évaluer régulièrement les performances des employés et de fournir des commentaires constructifs pour les aider à s'améliorer. Cela peut se faire par le biais d'évaluations formelles, de réunions individuelles, de programmes de reconnaissance des employés et de systèmes de récompenses.

2.4.1 Gestion des conflits

Les responsables des ressources humaines doivent être prêts à résoudre les conflits qui peuvent survenir entre les employés ou entre les employés et la direction. Une communication ouverte, des politiques claires et une médiation efficace peuvent contribuer à résoudre ces problèmes de manière satisfaisante.

2.4.2 Motivation et rétention des employés

Il est important de mettre en place des politiques de motivation et de rétention des employés pour favoriser la fidélité et la satisfaction au travail. Cela peut inclure des avantages sociaux, des opportunités d'avancement, une reconnaissance du travail bien fait et un environnement de travail positif.

2.4.3 Conformité légale

Les hôtels doivent se conformer aux lois du travail, aux réglementations sur la sécurité et à d'autres exigences légales. Les responsables des ressources humaines doivent être familiarisés avec ces réglementations et s'assurer que l'établissement les respecte.

En résumé, la gestion des ressources humaines dans le secteur hôtelier implique de recruter et de former des employés compétents, de planifier les effectifs, de gérer les performances, de résoudre les conflits, de motiver les employés et de se conformer aux exigences légales. Une bonne gestion des ressources humaines contribue à créer un environnement de travail positif et à offrir un service de qualité aux clients.

3. Technologie et innovation

L'industrie hôtelière est en constante évolution grâce aux progrès technologiques. Les hôtels utilisent de plus en plus les technologies pour faciliter les réservations en ligne, améliorer les systèmes de gestion hôtelière, personnaliser l'expérience client, optimiser les processus opérationnels et promouvoir leur établissement. L'adoption de solutions technologiques innovantes est devenue essentielle pour rester compétitif dans ce secteur. Voici quelques exemples de l'impact de la technologie et de l'innovation dans ce secteur :

3.1 Réservation en ligne et systèmes de gestion des réservations

Les hôtels utilisent des plateformes de réservation en ligne pour permettre aux clients de réserver facilement des chambres, de consulter les disponibilités en temps réel et de comparer les prix. Les systèmes de gestion des réservations automatisent les processus de réservation, réduisent les erreurs et facilitent la gestion des inventaires (Iunius & Fraenkel, 2009).

3.1.1 Expérience client améliorée

Les hôtels adoptent de plus en plus de technologies pour améliorer l'expérience des clients. Cela peut inclure l'utilisation de bornes en libre-service pour l'enregistrement et le départ, des applications mobiles pour les services de conciergerie, la personnalisation des chambres grâce à la domotique, l'utilisation de clés numériques sur les smart phones, etc.

3.1.2 Analyse de données et intelligence artificielle

Les hôtels collectent et analysent les données des clients pour obtenir des informations précieuses sur leurs préférences, leurs comportements et leurs besoins. Ces données peuvent être utilisées pour offrir des recommandations personnalisées, pour améliorer la gestion des revenus, pour optimiser l'allocation des ressources et pour prédire les tendances du marché.

3.1.3 Réalité virtuelle (RV) et réalité augmentée (RA)

La RV et la RA sont utilisées dans l'industrie hôtelière pour offrir des expériences immersives aux clients. Les hôtels peuvent utiliser la RV pour présenter virtuellement leurs installations, leurs chambres et leurs destinations, tandis que la RA peut être utilisée pour fournir des informations en temps réel, des visites guidées virtuelles ou pour améliorer l'interaction avec les clients.

3.2 Automatisation des opérations

Les technologies telles que les systèmes de gestion hôtelière intégrés automatisent les processus opérationnels tels que la gestion des stocks, la facturation, la gestion des comptes clients, la gestion des stocks de nourriture et de boisson, etc. Cela permet de gagner du temps, de réduire les erreurs et d'améliorer l'efficacité globale de l'établissement.

3.2.1 Durabilité et efficacité énergétique

Les hôtels intègrent de plus en plus de technologies et d'innovations axées sur la durabilité et l'efficacité énergétique. Cela peut inclure l'utilisation de systèmes de gestion de l'énergie, l'éclairage LED, la gestion intelligente du chauffage, de la ventilation et de la climatisation, le suivi de la consommation d'eau, etc., afin de réduire leur empreinte environnementale.

3.2.2 Sécurité et gestion des risques

Les hôtels investissent dans des systèmes de sécurité avancés tels que la vidéosurveillance, les contrôles d'accès électroniques, les systèmes d'alarme et la gestion des risques pour assurer la sécurité des clients et du personnel.

Ces exemples illustrent comment la technologie et l'innovation transforment l'industrie hôtelière en offrant des expériences clients améliorées, une efficacité opérationnelle accrue et une gestion plus intelligente des établissements. Les hôtels qui adoptent ces technologies peuvent rester compétitifs sur le marché en répondant aux attentes changeantes des clients et en optimisant leurs opérations.

3.3 Normes de sécurité et de réglementation

Les hôtels sont soumis à des normes de sécurité strictes et à des réglementations spécifiques pour protéger la santé et la sécurité des clients. Voici quelques-unes des normes et réglementations les plus courantes.

3.3.1 Normes de sécurité incendie

Les hôtels doivent se conformer aux normes de sécurité incendie qui incluent l'installation de systèmes de détection d'incendie, d'extincteurs, de sorties de secours clairement indiquées, et la mise en place de plans d'évacuation.

3.3.2 Normes de sécurité alimentaire

Les hôtels qui fournissent des services de restauration doivent respecter les normes de sécurité alimentaire pour garantir la salubrité des aliments. Cela inclut la manipulation et le stockage appropriés des denrées alimentaires, le respect des normes d'hygiène personnelle, et la mise en place de procédures de nettoyage et de désinfection.

3.3.3 Normes d'hygiène et de propreté

Les hôtels doivent maintenir des normes élevées d'hygiène et de propreté dans leurs installations. Cela comprend le nettoyage régulier des chambres, des espaces communs, des équipements et des installations sanitaires.

3.3.4 Normes de sécurité des piscines et des spas

Si l'hôtel dispose d'une piscine ou d'un spa, il doit se conformer aux normes de sécurité spécifiques pour ces installations, telles que la clôture de la piscine, la surveillance appropriée, et le maintien de la qualité de l'eau .

3.3.5 Normes d'accessibilité

Les hôtels doivent se conformer aux normes d'accessibilité pour les personnes handicapées, ce qui inclut l'installation de rampes d'accès, d'ascenseurs adaptés, et la mise en place de chambres accessibles.

3.4 Réglementations en matière de santé et de sécurité au travail

Les hôtels doivent respecter les réglementations en matière de santé et de sécurité au travail pour assurer la sécurité de leur personnel. Cela comprend la formation sur la sécurité, la prévention des accidents, l'utilisation d'équipements de protection individuelle, et la gestion des risques professionnels.

Ces spécificités font de l'industrie hôtelière un secteur unique et stimulant, nécessitant une gestion attentive et une adaptation constante aux besoins changeants des clients et aux tendances du marché.

Section 03 : Importance de l'hôtellerie

Après avoir présenté c'est quoi l'hôtellerie, il y a lieu de préciser son importance pour le secteur économique et la vie sociale pour un pays.

1. Importance de l'hôtellerie

L'hôtellerie joue un rôle essentiel dans l'industrie du tourisme et de l'accueil. Elle englobe toutes les activités liées à l'hébergement, à la restauration et aux services connexes dans les établissements hôteliers. L'importance de l'hôtellerie peut être observée sous différents angles, allant de son impact économique à son rôle dans la création d'expériences mémorables pour les voyageurs (Wikipédia, 2023).

1.1 Contribution économique

L'industrie de l'hôtellerie génère des revenus substantiels et contribue à l'économie locale, régionale et nationale. Les hôtels créent des emplois directs et indirects, offrant des opportunités d'emploi dans des domaines tels que la gestion hôtelière, la restauration, le nettoyage, la maintenance et bien d'autres. Les taxes et les revenus touristiques provenant des hôtels peuvent également contribuer aux fonds publics et au développement des infrastructures locales.

1.1.1 Promotion du tourisme

Les hôtels jouent un rôle clé dans la promotion du tourisme en offrant un hébergement confortable et des services adaptés aux besoins des voyageurs. Ils facilitent les déplacements en proposant des services de réservation, des informations touristiques et des recommandations sur les attractions locales. En tant que points de départ pour explorer une destination, les hôtels favorisent la découverte de nouvelles cultures, de paysages magnifiques et de patrimoines uniques.

1.1.2 Création d'expériences mémorables

Les hôtels jouent un rôle crucial dans la création d'expériences mémorables pour les voyageurs. Ils s'efforcent de fournir un service de qualité, en offrant des chambres confortables, des équipements modernes, des restaurants de qualité, des espaces de détente et une hospitalité chaleureuse. Les hôtels de luxe et les complexes touristiques offrent souvent des installations supplémentaires telles que des spas, des centres de remise en forme, des piscines et des activités de loisirs pour améliorer l'expérience globale des clients.

1.1.3 Impact sur l'image d'une destination

La qualité des hôtels et des services d'accueil a un impact significatif sur l'image d'une destination touristique. Des hôtels de haute qualité contribuent à une réputation positive et à une perception favorable de la destination. Les voyageurs satisfaits sont plus susceptibles de recommander la destination à d'autres personnes, contribuant ainsi à la croissance du tourisme. Les

hôtels peuvent également promouvoir la culture et les traditions locales en offrant des expériences authentiques, ce qui renforce l'identité de la destination.

1.1.4 Gestion de l'expérience client

Les hôtels se concentrent sur la satisfaction des clients et s'efforcent de fournir des services personnalisés pour répondre à leurs besoins. Des équipes dédiées à la gestion de l'expérience client veillent à ce que les attentes des voyageurs soient satisfaites voire dépassées. Les commentaires et les évaluations des clients sont pris en compte pour améliorer constamment les services offerts.

En conclusion, l'hôtellerie revêt une importance significative dans l'industrie du tourisme et de l'accueil. Au-delà de son impact économique, elle contribue à la promotion du tourisme, à la création d'expériences mémorables, à l'amélioration de l'image des destinations et à la gestion de l'expérience client. Les hôtels jouent un rôle clé en tant que lieux d'hébergement et de services, offrant un confort et une hospitalité indispensables aux voyageurs du monde entier.

1.2 Impact de l'hôtellerie sur les autres secteurs connexes

L'industrie hôtelière a un impact significatif sur de nombreux secteurs connexes. Voici quelques exemples de l'impact de l'hôtellerie sur d'autres industries :

1.2.1 Tourisme

L'industrie hôtelière et le secteur du tourisme sont étroitement liés. Elle joue un rôle essentiel dans le développement et la promotion du tourisme. Voici quelques-uns des impacts de l'hôtellerie sur le tourisme :

1.2.1.1 Offre d'hébergement

Les hôtels constituent une composante fondamentale de l'infrastructure touristique en offrant un hébergement aux voyageurs. Ils proposent une gamme de types d'hébergement, du budget au luxe, ce qui permet de répondre aux besoins et aux préférences diverses des touristes. L'existence d'une offre d'hébergement variée et de qualité est un facteur clé pour attirer les visiteurs dans une destination donnée.

1.2.1.2 Création d'emplois

L'industrie hôtelière génère un grand nombre d'emplois directs et indirects liés au tourisme. Les hôtels emploient du personnel dans divers domaines tels que l'accueil, la restauration, le ménage, la gestion des installations, le marketing et la vente. La création d'emplois dans l'hôtellerie contribue à stimuler l'économie locale et à améliorer les conditions de vie des résidents.

1.2.1.3 Promotion de la destination

Les hôtels jouent un rôle important dans la promotion d'une destination touristique. Ils participent à des campagnes de marketing et de publicité pour attirer les voyageurs, mettent en avant les attraits touristiques de la région et fournissent des informations sur les activités et les sites à visiter. Les hôtels peuvent également collaborer avec les offices de tourisme locaux pour promouvoir des expériences touristiques spécifiques et créer des partenariats avec d'autres acteurs du secteur touristique.

1.2.1.4 Génération de recettes

L'industrie hôtelière contribue à la génération de recettes touristiques dans une destination. Les voyageurs qui séjournent dans des hôtels dépensent généralement de l'argent supplémentaire dans les restaurants, les magasins, les attractions et les activités de la région. Les revenus générés par les hôtels et les dépenses connexes stimulent l'économie locale, favorisent la croissance des entreprises et soutiennent d'autres secteurs tels que la restauration, les transports et les loisirs.

1.2.1.5 Développement des infrastructures

L'implantation d'hôtels dans une destination touristique entraîne souvent le développement d'infrastructures connexes. Par exemple, la construction d'un nouvel hôtel peut nécessiter des améliorations des routes, des réseaux d'eau et d'électricité, ainsi que des services de télécommunications. Ces investissements dans les infrastructures bénéficient à l'ensemble de la communauté, en améliorant les services et la qualité de vie des résidents locaux.

1.2.2 Restauration

Les hôtels proposent souvent des services de restauration, que ce soit sous la forme de restaurants sur place, de service d'étage ou de salles de petit-déjeuner. Les restaurants des hôtels bénéficient généralement de la clientèle de l'hôtel elle-même, ainsi que des clients extérieurs qui viennent dîner. Par conséquent, l'industrie hôtelière peut soutenir le secteur de la restauration en générant une demande pour des services de restauration supplémentaires.

1.2.3 Transport

Les hôtels sont souvent situés à proximité des principaux centres de transport, tels que les aéroports et les gares, afin de faciliter les déplacements des voyageurs. L'industrie hôtelière travaille en collaboration avec les compagnies de transport pour offrir des forfaits combinés, comprenant par exemple des nuitées d'hôtel et des billets d'avion. Cette collaboration mutuelle peut stimuler le secteur du transport en augmentant la demande de voyages.

1.2.4 Divertissement

De nombreux hôtels proposent des installations de divertissement telles que des piscines, des spas, des salles de sport, des clubs et des centres de congrès. Ces installations attirent les clients et les

incitent à prolonger leur séjour à l'hôtel. Par conséquent, l'industrie hôtelière peut avoir un impact positif sur le secteur du divertissement en générant une demande pour des activités et des services de loisirs supplémentaires.

1.2.5 Fournisseurs

L'industrie hôtelière dépend d'un large éventail de fournisseurs pour répondre à ses besoins en matière de nourriture, de boissons, de linge de maison, de produits d'hygiène, de mobilier et d'autres articles. Par conséquent, la croissance de l'industrie hôtelière peut soutenir les secteurs de la production et de la fourniture en créant en créant une demande pour ces produits et services.

En résumé, l'industrie hôtelière a un impact significatif sur les secteurs du tourisme, de la restauration, du transport, du divertissement et des fournisseurs. Sa croissance peut stimuler ces industries connexes en générant une demande accrue pour leurs produits et services.

Conclusion.

En conclusion, ce chapitre nous a permis d'explorer le domaine de l'hôtellerie sous différents angles, en mettant en évidence son histoire, sa définition, les différents types d'établissements hôteliers, ainsi que les spécificités et les services qu'il offre. Nous avons également pu apprécier l'importance de l'hôtellerie, non seulement en tant que secteur en soi, mais aussi en tant que pilier fondamental pour d'autres secteurs connexes.

L'histoire de l'hôtellerie remonte à des milliers d'années, témoignant de l'importance fondamentale de l'accueil et de l'hospitalité dans toutes les cultures. Au fil du temps, l'hôtellerie a évolué pour répondre aux besoins changeants des voyageurs et des clients, devenant un secteur dynamique et en constante évolution.

La diversité des établissements hôteliers est un aspect remarquable de l'industrie, allant des petits hôtels indépendants aux grands complexes hôteliers de luxe. Chacun de ces établissements offre des expériences uniques et s'adapte aux préférences des clients, qu'il s'agisse d'un hébergement économique, d'un hôtel-boutique de charme ou d'un complexe tout-inclus haut de gamme.

Les spécificités du secteur hôtelier englobent de nombreux aspects, tels que la gestion des chambres, la restauration, les services de spa et de bien-être, les infrastructures de loisirs et la gestion des événements. Les hôtels doivent également maintenir des normes élevées en matière de propreté, de sécurité et de service à la clientèle pour assurer une expérience agréable et mémorable à leurs clients.

Chapitre I : Hôtellerie : Définition, évolution et spécificités

Les services d'hôtellerie vont au-delà de la simple fourniture d'un hébergement. Ils incluent des prestations telles que la restauration, les services de conciergerie, les services de nettoyage, les activités de divertissement et bien d'autres. Ces services sont conçus pour répondre aux besoins et aux attentes des clients, en offrant confort, commodité et satisfaction tout au long de leur séjour.

Enfin, l'importance de l'hôtellerie s'étend bien au-delà du secteur lui-même. Les hôtels jouent un rôle essentiel dans le développement économique des destinations touristiques en générant des revenus, en créant des emplois et en stimulant l'activité économique locale. De plus, ils contribuent à promouvoir la culture, l'art et le patrimoine d'une région en offrant aux visiteurs un cadre authentique et immersif.

Pour conclure, l'hôtellerie est un domaine diversifié et dynamique, offrant une variété d'expériences et de services aux voyageurs du monde entier. Son importance se manifeste à la fois par son impact économique et par son rôle dans la promotion du tourisme et de la culture. Que ce soit pour les voyageurs d'affaires, les vacanciers ou les explorateurs, l'hôtellerie reste une composante essentielle de l'industrie du voyage et de l'hospitalité, garantissant des séjours mémorables et enrichissants pour tous ceux qui franchissent ses portes.

***CHAPITRE II : FACTEUR
TRAVAIL DANS LE DOMAINE
D'HÔTELLERIE EN ALGÉRIE.***

Chapitre II : Facteur travail dans le domaine d'hôtellerie en Algérie

Introduction

Le secteur hôtelier en Algérie joue un rôle crucial dans le développement économique et touristique du pays. Avec son riche patrimoine culturel, ses magnifiques paysages et sa position géographique stratégique, l'Algérie offre un potentiel énorme pour attirer les touristes du monde entier. Cependant, pour que le secteur hôtelier puisse prospérer, il est essentiel de prendre en compte les facteurs liés au travail.

Ce chapitre examine de près les facteurs travail dans le secteur hôtelier en Algérie. Il est divisé en trois sections distinctes. La première section propose un aperçu général de l'hôtellerie en Algérie, mettant en évidence son importance économique et touristique. La deuxième section se concentre sur les facteurs travail spécifiques dans le secteur hôtelier, en identifiant les éléments clés qui influencent la main-d'œuvre et en examinant leur impact sur l'efficacité et la qualité des services hôteliers. Enfin, la troisième section aborde les défis et les perspectives du facteur travail en Algérie dans le secteur hôtelier, en mettant en évidence les obstacles actuels ainsi que les opportunités pour améliorer les conditions de travail et stimuler la croissance du secteur.

Comprendre les facteurs travail dans le secteur hôtelier en Algérie est essentiel pour promouvoir un développement durable et une compétitivité accrue. En analysant les tendances, les défis et les perspectives liés à la main-d'œuvre, ce chapitre vise à fournir des informations approfondies sur le rôle crucial du facteur travail dans le secteur hôtelier algérien et à proposer des recommandations pour une gestion efficace des ressources humaines. En établissant des liens entre les différents éléments qui façonnent la main-d'œuvre hôtelière, ce chapitre offre une vision globale de la situation actuelle et des opportunités futures pour améliorer les performances et la compétitivité de l'industrie hôtelière en Algérie.

Section 1 : Présentation de l'hôtellerie en Algérie

L'Algérie, ce magnifique pays situé en Afrique du Nord, offre une hospitalité chaleureuse et une richesse culturelle inégalée. Au fil des années, l'industrie hôtelière algérienne s'est développée de manière significative pour répondre aux besoins des voyageurs nationaux et internationaux. Que vous soyez en quête d'aventure, de détente ou de découvertes culturelles, l'Algérie dispose d'une gamme d'établissements hôteliers qui sauront combler toutes vos attentes.

Dans cette section, nous vous invitons à plonger dans le monde de l'hôtellerie en Algérie.

1. Hôtellerie en Algérie

L'hôtellerie en Algérie a connu une croissance significative au cours des dernières décennies, en réponse à l'essor du tourisme dans le pays. L'Algérie, avec sa riche histoire, sa diversité culturelle et sa beauté naturelle, attire un nombre croissant de visiteurs nationaux et internationaux à la recherche d'une expérience unique.

Les principales villes d'Algérie, telles qu'Alger, Oran, Constantine et Annaba, proposent une gamme d'établissements hôteliers adaptés à tous les types de voyageurs. Des hôtels de luxe cinq étoiles offrant des services haut de gamme et des installations modernes aux hôtels de charme nichés au cœur des médinas historiques, il y en a pour tous les goûts et tous les budgets.

Les grandes chaînes hôtelières internationales sont également présentes en Algérie, offrant aux voyageurs un niveau de confort et de familiarité qu'ils connaissent déjà. Ces hôtels proposent des chambres élégantes, des restaurants raffinés, des centres d'affaires bien équipés et une multitude de services pour répondre aux besoins des voyageurs d'affaires et des touristes.

En dehors des grandes villes, l'Algérie regorge également de destinations touristiques exceptionnelles, telles que les oasis du Sahara, les montagnes du Djurdjura et les stations balnéaires de la côte méditerranéenne. Ces régions offrent des possibilités d'hébergement uniques, allant des auberges traditionnelles dans les oasis aux complexes hôteliers de luxe offrant des vues panoramiques sur la mer.

Le premier ministre, ministre des Finances, Aïmane Benabderrahmane a indiqué, lors de la présentation du plan d'action du gouvernement devant les députés de l'assemblée populaire nationale que plus de 200 nouveaux hôtels seront réceptionnés en Algérie d'ici

2024. La réception de ces projets touristiques va permettre « d'augmenter les capacités touristiques avec plus de 15700 lits supplémentaires et de créer plus de 6000 emplois directs. » Actuellement, l'Algérie compte 1500 hôtels répartis sur l'ensemble du territoire national selon l'ancien ministre du Tourisme, de l'Artisanat et du Travail familial, Mohamed Ali Boughazi (web, voyage, 2021).

L'hôtellerie en Algérie se caractérise également par l'authenticité de son accueil. Les voyageurs auront l'occasion de découvrir l'hospitalité algérienne, marquée par la générosité, la convivialité et le souci du détail. Les hôtels en Algérie s'efforcent de créer une atmosphère chaleureuse et familiale, où les clients se sentent les bienvenus et pris en charge dès leur arrivée.

De plus, de nombreux établissements hôteliers en Algérie proposent des activités et des excursions pour permettre aux visiteurs de découvrir les trésors culturels et naturels du pays. Des visites guidées des sites archéologiques aux excursions dans le désert, en passant par la découverte de la cuisine locale, les hôtels jouent un rôle essentiel dans la promotion et la mise en valeur du patrimoine algérien.

2. Différents types d'établissements hôteliers en Algérie

En Algérie, on trouve différents types d'établissements hôteliers, allant des petits hôtels familiaux aux grands complexes hôteliers. Voici quelques-uns des types d'établissements hôteliers couramment présents en Algérie (web, voyage, 2021) .

2.1 Hôtel standard

Ce type d'hôtel propose des services de base, tels que des chambres confortables, un restaurant et une réception. Ils sont souvent de taille moyenne et conviennent aux voyageurs à la recherche d'un hébergement simple et abordable.

2.2 Hôtel de luxe

Les hôtels de luxe offrent un niveau supérieur de confort et de services. Ils disposent généralement de chambres spacieuses et élégamment décorées, de restaurants haut de gamme, de centres de bien-être, de piscines, de salles de réunion et d'autres installations pour répondre aux besoins des clients les plus exigeants.

2.3 Hôtel de charme

Ces hôtels se caractérisent par leur ambiance chaleureuse et leur style unique. Souvent installés dans des bâtiments historiques ou traditionnels, ils offrent une expérience

authentique et personnalisée. Les hôtels de charme peuvent être de petite taille et se concentrent sur l'intimité et le service attentionné.

2.4 Résidence hôtelière

Il s'agit d'un type d'établissement proposant des chambres et des suites avec des installations de cuisine. Ces hébergements sont adaptés aux longs séjours, offrant un espace plus grand et une plus grande autonomie pour les clients qui souhaitent préparer leurs repas.

2.5 Hôtel de plage

Les hôtels de plage sont situés dans des zones côtières et offrent un accès direct à la plage. Ils sont généralement équipés de piscines, de sports nautiques et d'autres installations pour profiter pleinement de la destination balnéaire.

2.6 Hôtel d'affaires

Ces établissements sont conçus pour répondre aux besoins des voyageurs d'affaires. Ils proposent des services tels que des salles de réunion, des centres d'affaires, une connexion Internet haut débit et des installations pour les événements professionnels.

2.7 Auberge

Les auberges sont généralement de petites structures situées dans des régions rurales ou montagneuses. Elles offrent un hébergement simple et rustique, mettant souvent en avant les traditions locales et la cuisine régionale.

Il convient de noter que la classification et les types d'établissements hôteliers peuvent varier en fonction de chaque hôtel et de sa catégorisation officielle.

3. Spécificités du secteur hôtelier en Algérie

Le secteur de l'hôtellerie en Algérie présente certaines spécificités qui lui sont propres. Voici quelques-unes des caractéristiques importantes de ce secteur dans le pays :

3.1 Classification des établissements

Les hôtels en Algérie sont classifiés en différentes catégories en fonction de leurs équipements, services et infrastructures. La classification est effectuée par le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, et les établissements sont évalués selon des normes spécifiques (2000/130, 2000).

Tableau 3 : Les normes de classification des hôtels en Algérie

Catégorie	Condition générale	Nombres de chambres minimum	de au	Entrée de l'hôtel	Garage parking
Sans étoile	Etablissement caractérisé par un minimum d'ameublement et d'installations ainsi qu'un bon comportement de son personnel	10		Entrée de la clientèle indépendante signalée, d'accès facile et éclairée la nuit.	
1 étoile	Etablissement caractérisé par un ameublement et des installations de qualité moyenne acceptable ainsi qu'un bon état d'entretien et un bon comportement de son personnel	10		Entrée de la clientèle indépendante signalée, d'accès facile et éclairée la nuit.	
2 étoiles	Etablissement caractérisé par un ameublement et des installations de qualité moyenne acceptable ainsi qu'un bon état d'entretien et un bon comportement de son personnel	10		Entrée de la clientèle indépendante signalée, d'accès facile et éclairée la nuit.	
3 étoiles	Etablissement caractérisé par un ameublement et des installations de bonne qualité ainsi qu'un parfait état d'entretien et un bon comportement de son personnel	10		Entrée de la clientèle indépendante signalée, d'accès facile et éclairée la nuit.	Emplacement en rapport avec la capacité de l'hôtel
4 étoiles	Etablissement	10		Entrée de la	Emplacement en

	caractérisé par un ameublement et des installations de très bonne qualité ainsi qu'un parfait état d'entretien et un bon comportement irréprochable de son personnel		clientèle indépendante signalée, d'accès facile et éclairée la nuit.	rapport avec la capacité de l'hôtel
5 étoiles	Etablissement caractérisé par un ameublement et des installations d'excellence qualité ainsi qu'un parfait état d'entretien et un bon comportement irréprochable de son personnel	10	Entrée de la clientèle indépendante signalée, d'accès facile et éclairée la nuit.	Emplacement en rapport avec la capacité de l'hôtel

Source : Décrets exécutifs 2000/130, du journal officiel de la république algérienne démocratique et populaire N35, 18 juin 2000

3.2 Localisation géographique

L'Algérie offre une grande diversité géographique, allant des régions côtières de la mer Méditerranée aux régions désertiques du Sahara. Les hôtels se trouvent dans les principales villes du pays, ainsi que dans les zones touristiques populaires comme Alger, Oran, Constantine, Tlemcen, Tipaza et les stations balnéaires de la côte.

3.3 Secteur public et privé

Le secteur de l'hôtellerie en Algérie est composé à la fois d'établissements publics et privés. L'État algérien a joué un rôle important dans le développement du tourisme et de l'hôtellerie, en investissant dans la construction d'hôtels et de complexes touristiques. Cependant, ces dernières années, il y a eu un effort pour encourager l'investissement privé dans le secteur.

3.3.1 Secteur privé

Le secteur privé de l'hôtellerie en Algérie est composé d'hôtels détenus et gérés par des entreprises privées. Ces établissements sont souvent des chaînes hôtelières internationales ou des entreprises locales. Ils offrent une gamme de services et de niveaux de confort différents, allant des hôtels économiques aux hôtels de luxe. Les hôtels privés sont généralement connus pour leur qualité de service, leur infrastructure moderne et leurs normes internationales.

3.3.2 Secteur public

le secteur public de l'hôtellerie en Algérie est principalement représenté par des établissements appartenant à l'État. Ces hôtels sont souvent gérés par des organismes publics tels que l'Office National du Tourisme (ONT), l'Office National des Pèlerinages et des Échanges (ONPOE) ou l'Office National de la Culture et de l'Information (ONCI). Ces établissements publics sont souvent situés dans des zones touristiques populaires et sont destinés à promouvoir le tourisme intérieur et à accueillir les visiteurs étrangers.

3.4 Promotion du tourisme

L'Algérie possède de nombreux attraits touristiques qui méritent d'être promus. Voici quelques aspects à mettre en avant pour promouvoir le tourisme en Algérie :

3.4.1 Patrimoine culturel et historique :

L'Algérie regorge de sites historiques et archéologiques fascinants, tels que les ruines romaines de Tipaza, Djémila et Timgad, ainsi que la vieille ville d'Alger (la Casbah), classée au patrimoine mondial de l'UNESCO.

3.4.2 Paysages variés

L'Algérie offre une grande diversité de paysages, allant des côtes méditerranéennes aux montagnes de l'Atlas en passant par les dunes du Sahara. Les visiteurs peuvent explorer des oasis, des gorges impressionnantes, des canyons et des formations rocheuses uniques.

3.4.3 Sahara et tourisme saharien

Le désert du Sahara est une attraction majeure en Algérie. Les voyageurs peuvent vivre une expérience unique en explorant les vastes étendues du désert, en faisant du trekking à dos de chameau ou en passant une nuit sous les étoiles dans un campement nomade.

3.4.4 Plages méditerranéennes

L'Algérie bénéficie de magnifiques plages le long de la côte méditerranéenne, offrant aux visiteurs des opportunités de détente, de sports nautiques et de baignade dans des eaux cristallines.

3.4.5 Cuisine et culture

La cuisine algérienne est riche en saveurs et en influences variées, allant des plats traditionnels berbères aux délicieuses spécialités méditerranéennes. Les visiteurs peuvent également découvrir la musique, la danse et les festivals algériens, reflétant la diversité culturelle du pays.

3.4.6 Écotourisme

L'Algérie possède des zones naturelles préservées, notamment des parcs nationaux tels que le parc national de Tassili n'Ajjer et le parc national de Chréa, où les amoureux de la nature peuvent observer une faune et une flore diversifiées.

3.4.7 Sports et loisirs

Les amateurs de sports peuvent profiter de nombreuses activités en Algérie, telles que la randonnée, l'escalade, la plongée sous-marine, la pêche et le golf.

3.4.8 Accueil chaleureux

Les Algériens sont réputés pour leur hospitalité et leur accueil chaleureux envers les visiteurs. Les voyageurs peuvent découvrir la convivialité du peuple algérien et s'immerger dans la vie quotidienne du pays.

Pour promouvoir le tourisme en Algérie, il est important de mettre en place des campagnes de marketing ciblées, de développer les infrastructures touristiques, d'améliorer les services d'accueil et de transport, ainsi que de faciliter l'obtention des visas pour les visiteurs internationaux. Il est également essentiel de sensibiliser à la préservation de l'environnement et du patrimoine culturel afin de garantir un tourisme durable et responsable.

3.4.9 Influence culturelle

L'industrie hôtelière en Algérie a une influence culturelle significative, car elle est étroitement liée au tourisme et à la découverte de la culture locale. Voici quelques aspects de l'influence culturelle dans le secteur hôtelier en Algérie :

3.4.10 Architecture et design

Les hôtels en Algérie, en particulier ceux situés dans des zones touristiques, sont souvent conçus en prenant en compte l'architecture et le design traditionnels. Ils intègrent des éléments culturels algériens tels que les motifs traditionnels, les arcs islamiques, les couleurs locales et l'utilisation de matériaux traditionnels comme le bois et la pierre.

3.4.11 Gastronomie

Les hôtels en Algérie proposent généralement une cuisine algérienne authentique, offrant aux visiteurs la possibilité de goûter aux plats traditionnels. Des plats populaires tels que le couscous, la chorba (soupe), le tajine et les pâtisseries traditionnelles algériennes sont souvent proposés dans les menus des hôtels.

3.4.12 Art et artisanat

Les hôtels en Algérie mettent souvent en valeur l'art et l'artisanat local à travers leur décoration intérieure. On peut y trouver des tapis tissés à la main, des céramiques, des objets en cuivre et en argent, ainsi que des peintures et des photographies d'artistes algériens. Certains hôtels peuvent même proposer des espaces dédiés à l'exposition d'œuvres d'art locales.

3.4.13 Animation culturelle

Les hôtels en Algérie organisent souvent des spectacles et des animations mettant en valeur la musique, la danse et d'autres formes d'expression artistique traditionnelles. Des groupes folkloriques peuvent être invités à se produire dans les hôtels pour offrir aux visiteurs une expérience culturelle authentique.

3.4.14 Activités et excursions culturelles

Les hôtels en Algérie proposent généralement des activités et des excursions permettant aux clients de découvrir la culture du pays. Cela peut inclure des visites de sites historiques, de musées, de marchés locaux, de villages traditionnels ou d'autres attractions culturelles.

3.5 Saisonnalité

La saisonnalité dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie est généralement influencée par plusieurs facteurs, tels que le climat, les vacances scolaires, les événements culturels et les conditions économiques. Voici quelques points importants à prendre en considération :

3.5.1 Haute saison

La période estivale, de juin à septembre, est généralement considérée comme la haute saison en Algérie. Pendant cette période, de nombreux Algériens vivant à l'étranger rentrent au pays pour passer leurs vacances d'été. Les stations balnéaires situées le long de la côte méditerranéenne sont particulièrement populaires pendant cette période.

3.5.2 Basse saison

Les mois d'hiver, de novembre à février, sont généralement considérés comme la basse saison en raison des températures plus fraîches et des précipitations plus importantes dans certaines régions du pays. Pendant cette période, le nombre de touristes nationaux et internationaux est généralement moins élevé.

3.5.3 Vacances scolaires

Les périodes de vacances scolaires, y compris les vacances d'été, les vacances de printemps et les vacances d'hiver, peuvent entraîner une augmentation de la demande d'hébergement dans les régions touristiques, en particulier les villes côtières.

3.5.4 Événements culturels et festivals

L'Algérie organise de nombreux événements culturels et festivals tout au long de l'année, tels que le Festival International du Film d'Alger (FICA), le Festival International de la Musique Symphonique d'Alger et le Festival International de Timgad. Ces événements attirent souvent des visiteurs et peuvent augmenter la demande d'hébergement pendant leur tenue.

3.6 Conditions économiques

Les conditions économiques, tant au niveau national qu'international, peuvent influencer la saisonnalité du secteur de l'hôtellerie. Les périodes de croissance économique et de stabilité politique peuvent stimuler le tourisme et augmenter la demande d'hébergement, tandis que les périodes de ralentissement économique peuvent avoir l'effet inverse.

3.7 Développement du tourisme d'affaires

Le développement du tourisme d'affaires en Algérie a été une priorité ces dernières années. Le gouvernement algérien reconnaît l'importance du secteur du tourisme pour stimuler l'économie et diversifier les sources de revenus du pays. Le tourisme d'affaires joue un rôle essentiel dans cette stratégie, car il favorise les échanges commerciaux, les investissements et les opportunités de networking.

Plusieurs mesures ont été prises pour promouvoir le tourisme d'affaires en Algérie. Parmi celles-ci, citons .

3.7.1 Infrastructure

Le gouvernement a investi dans la construction et la modernisation des infrastructures, notamment les centres de conférences, les hôtels d'affaires et les parcs d'expositions. Des

villes comme Alger, Oran et Constantine disposent maintenant d'installations adaptées aux événements d'affaires de grande envergure.

3.7.2 Simplification des procédures

Des efforts ont été déployés pour simplifier les procédures administratives et faciliter l'obtention de visas d'affaires pour les voyageurs internationaux. Cela vise à encourager les entreprises étrangères à choisir l'Algérie comme destination pour leurs réunions, conférences et événements.

3.7.3 Promotion et marketing

L'Algérie participe activement à des salons internationaux, des foires commerciales et des événements promotionnels pour présenter ses capacités en matière de tourisme d'affaires. Des campagnes de marketing sont également menées pour mettre en valeur les atouts du pays, tels que son patrimoine culturel, sa gastronomie et ses paysages diversifiés.

3.7.4 Partenariats public-privé

Le gouvernement encourage les partenariats entre le secteur public et privé pour développer l'industrie du tourisme d'affaires. Des incitations financières et des facilités sont offertes aux investisseurs nationaux et étrangers qui souhaitent développer des projets liés au tourisme d'affaires en Algérie.

3.7.5 Formation et qualification

Des programmes de formation sont mis en place pour développer les compétences des professionnels du secteur du tourisme et de l'hôtellerie. L'objectif est de garantir des services de qualité et de répondre aux normes internationales en matière d'accueil des voyageurs d'affaires.

Ces efforts ont commencé à porter leurs fruits, et l'Algérie a accueilli de plus en plus d'événements d'affaires au cours des dernières années. Cependant, il est important de noter que le tourisme d'affaires en Algérie reste encore en développement et qu'il y a encore des défis à relever, tels que l'amélioration de la connectivité aérienne et l'adaptation aux normes internationales en matière de services et d'infrastructures.

Il convient de noter que ces spécificités peuvent évoluer avec le temps, en fonction des politiques gouvernementales, des investissements et des tendances touristiques.

4. L'importance du secteur d'hôtellerie pour l'économie en Algérie :

Le secteur de l'hôtellerie joue un rôle crucial dans l'économie de l'Algérie. Il contribue à la croissance économique, à la création d'emplois et au développement du tourisme, qui est une source importante de revenus pour le pays. Voici quelques points clés pour comprendre l'importance de ce secteur:

4.1 Contribution au PIB

Selon les données disponibles, le secteur du tourisme, y compris l'hôtellerie, contribuait à environ 4% du PIB de l'Algérie avant la pandémie de COVID-19.

4.2 Création d'emplois

Avant la pandémie, le secteur de l'hôtellerie en Algérie employait directement et indirectement un nombre significatif de personnes. Les hôtels, les restaurants et les services de restauration créaient des emplois dans différents domaines, tels que l'hébergement, la restauration, la gestion hôtelière et le tourisme.

4.3 Arrivées touristiques

Avant la pandémie, l'Algérie attirait un nombre croissant de touristes chaque année. En 2019, par exemple, le pays a enregistré environ 2,7 millions d'arrivées touristiques, selon les statistiques disponibles.

4.4 Investissements étrangers

L'Algérie a attiré des investissements étrangers dans le secteur hôtelier, ce qui a contribué à son développement. Ces investissements incluent la construction et la modernisation d'hôtels, ainsi que l'introduction de normes internationales et de pratiques commerciales avancées.

Il est important de noter que ces chiffres sont basés sur des données antérieures à la pandémie de COVID-19, qui a eu un impact significatif sur le secteur du tourisme et de l'hôtellerie dans le monde entier. La reprise de l'industrie hôtelière en Algérie dépendra des conditions économiques mondiales ainsi que des mesures prises pour stimuler le tourisme et garantir la sécurité sanitaire des voyageurs.

Section2 : Facteur travail dans le domaine d'hôtellerie en Algérie

Le secteur hôtelier en Algérie joue un rôle essentiel dans l'économie du pays en tant que contributeur majeur au tourisme et à l'emploi. Les facteurs de travail dans ce secteur sont des éléments clés qui déterminent la performance et la compétitivité des hôtels. Cette section vise à examiner les facteurs de travail pertinents dans le domaine hôtelier en Algérie et à comprendre leur importance.

1. Facteurs de travail dans le domaine hôtelier en Algérie

Le secteur hôtelier en Algérie joue un rôle essentiel dans l'économie du pays en tant que contributeur majeur au tourisme et à l'emploi. Les facteurs de travail dans ce secteur sont des éléments clés qui déterminent la performance et la compétitivité des hôtels. Cette section vise à examiner les facteurs de travail pertinents dans le domaine hôtelier en Algérie et à comprendre leur importance (Ben Amara, 2011).

1.1 Qualification et formation du personnel:

C'est l'un des facteurs de travail les plus importants dans le domaine hôtelier en Algérie est la qualification et la formation du personnel. Des employés qualifiés et bien formés sont essentiels pour offrir des services de qualité aux clients. Les hôtels qui investissent dans la formation continue de leur personnel peuvent améliorer leur niveau de service, ce qui peut entraîner une augmentation de la satisfaction des clients et de la réputation de l'établissement (Ben Amara, 2011).

1.1.1 Les types de formation dans le secteur d'hôtellerie en Algérie

1.1.1.1 Formation professionnelle

Les hôtels en Algérie devraient offrir des programmes de formation professionnelle pour le personnel, en particulier pour les postes clés tels que la réception, les services de restauration, le service d'étage, le personnel d'entretien, etc. Ces formations devraient inclure des compétences techniques spécifiques à l'hôtellerie ainsi que des compétences en communication, en gestion du temps et en résolution de problèmes.

1.1.1.2 Formation en service à la clientèle

Étant donné que l'hôtellerie est axée sur le service à la clientèle, il est essentiel de former le personnel à offrir un service amical, efficace et personnalisé. Cela comprend la formation sur l'accueil des clients, la gestion des plaintes, la connaissance des produits et services de l'hôtel ainsi que des compétences en communication interpersonnelle.

1.1.1.3 Formation en langues étrangères

Étant donné que des nombreux touristes étrangers visitent l'Algérie, il est bénéfique pour le personnel hôtelier de maîtriser au moins une langue étrangère comme l'anglais, le français ou l'espagnol. La formation linguistique peut aider le personnel à communiquer plus efficacement avec les clients internationaux et à comprendre leurs besoins.

1.1.1.4 Formation en gestion

Pour les postes de direction et de supervision, il est important d'offrir une formation en gestion hôtelière, en planification stratégique, en marketing hôtelier, en gestion financière, etc. Une bonne formation en gestion peut contribuer à l'efficacité opérationnelle et à la rentabilité globale de l'établissement.

1.1.2 L'importance de la qualification et de la formation dans le secteur hôtelier en Algérie

La qualification et la formation du personnel jouent un rôle essentiel dans le secteur hôtelier en Algérie, ainsi que dans l'industrie hôtelière en général. Voici quelques raisons qui soulignent leur importance :

1.1.2.1 Qualité des services

La qualification et la formation du personnel sont cruciales pour offrir des services de qualité aux clients. Les employés bien formés peuvent fournir un service professionnel, amical et efficace, ce qui contribue à la satisfaction des clients et à leur fidélité. Des compétences telles que la communication, la gestion des plaintes, la connaissance des produits et services hôteliers, ainsi que les compétences techniques spécifiques, sont essentielles pour offrir une expérience client positive.

1.1.2.2 Compétitivité

Dans un marché hôtelier concurrentiel, la qualification et la formation du personnel peuvent constituer un avantage concurrentiel. Les hôtels qui investissent dans la formation de leur personnel peuvent se démarquer en offrant des services de qualité supérieure par rapport à leurs concurrents. Cela peut attirer davantage de clients et favoriser une image positive de l'établissement (Ben Amara, 2011).

1.1.2.3 Gestion efficace

Les employés qualifiés et bien formés sont mieux préparés pour gérer les différentes tâches et responsabilités qui leur sont confiées. Ils sont en mesure de travailler de manière autonome, de prendre des décisions éclairées et de résoudre les problèmes de manière

efficace. Une main-d'œuvre qualifiée contribue à une gestion plus fluide des opérations quotidiennes de l'hôtel, ce qui peut entraîner une amélioration globale de l'efficacité et de la productivité.

1.1.2.4 Image de marque

Le personnel qualifié et bien formé est un reflet direct de l'image de marque d'un hôtel. Lorsque les clients sont satisfaits du service fourni par le personnel, ils sont plus susceptibles de recommander l'hôtel à d'autres personnes. Une réputation positive peut contribuer à attirer de nouveaux clients et à fidéliser ceux qui reviendront à l'avenir.

1.1.2.5 Développement professionnel

La qualification et la formation offrent aux employés l'opportunité de développer leurs compétences et de progresser dans leur carrière. Cela peut contribuer à la motivation et à la fidélisation du personnel, car ils se sentent valorisés et soutenus dans leur développement professionnel.

En résumé, la qualification et la formation du personnel sont essentielles dans le secteur hôtelier en Algérie, car elles permettent d'offrir des services de qualité, de renforcer la compétitivité, de favoriser une gestion efficace, de promouvoir une image de marque positive et de soutenir le développement professionnel du personnel. Il est donc crucial pour les établissements hôteliers de consacrer des ressources adéquates à la formation continue et à la qualification de leur personnel.

1.2 Les compétences linguistiques

Dans un contexte touristique, les compétences linguistiques sont cruciales pour communiquer efficacement avec les clients internationaux. En Algérie, où l'arabe est la langue principale, la maîtrise de langues étrangères telles que l'anglais, le français, l'espagnol ou d'autres langues couramment utilisées par les touristes, peut créer un avantage concurrentiel pour les hôtels. Voici quelques raisons pour lesquelles les compétences linguistiques sont importantes dans ce secteur :

1.2.1 Communication avec les clients étrangers

Les hôtels accueillent des voyageurs provenant de divers pays, et la communication efficace est essentielle pour offrir un service client de qualité. La maîtrise de langues étrangères telles que l'anglais, le français, l'espagnol ou l'allemand permet aux professionnels de l'hôtellerie de comprendre les besoins des clients, de répondre à leurs questions et de résoudre leurs problèmes.

1.2.2 Amélioration de l'expérience client

Les compétences linguistiques aident à établir un lien plus étroit avec les clients. Les employés d'hôtels qui parlent la langue maternelle des clients étrangers peuvent offrir un accueil chaleureux, fournir des informations détaillées sur les attractions locales, donner des recommandations sur les restaurants et les sites touristiques, et créer une atmosphère conviviale pour les visiteurs.

1.2.3 Adaptation aux besoins des voyageurs d'affaires

De nombreux voyageurs d'affaires visitent l'Algérie pour des réunions, des conférences et des événements professionnels. La connaissance de langues étrangères facilite la communication avec ces clients, les aides dans leurs besoins spécifiques tels que la réservation de salles de réunion, l'organisation de transports et la gestion de leurs demandes particulières.

1.2.4 Avantage concurrentiel

Dans un secteur hôtelier compétitif, les compétences linguistiques peuvent être un avantage concurrentiel pour les hôtels en Algérie. Les établissements qui disposent d'une équipe capable de communiquer dans différentes langues peuvent attirer davantage de clients internationaux et bénéficier d'une réputation positive.

1.2.5 Développement de carrière

Pour les professionnels de l'hôtellerie en Algérie, la maîtrise de plusieurs langues étrangères peut ouvrir des opportunités de carrière plus vastes. Ils peuvent accéder à des postes de direction, travailler dans des chaînes hôtelières internationales ou même envisager des opportunités à l'étranger.

En conclusion, les compétences linguistiques sont très importantes dans le secteur hôtelier en Algérie en raison de l'essor du tourisme et de l'afflux de voyageurs étrangers. Les hôtels qui valorisent et encouragent le développement des compétences linguistiques de leur personnel peuvent offrir un service client de qualité supérieure et se démarquer dans un marché concurrentiel.

2. Conditions du travail et bien être des employés

Les conditions de travail et le bien-être des employés jouent un rôle important dans le secteur hôtelier. Des environnements de travail sains, sécurisés et agréables peuvent favoriser la satisfaction professionnelle des employés, réduire le taux de roulement du personnel et améliorer la qualité du service offert aux clients. Les hôtels qui accordent de l'importance au

bien-être de leurs employés peuvent bénéficier d'une meilleure réputation en tant qu'employeurs et attirer ainsi des talents.

2.1 Aspects généraux concernant les conditions de travail et le bien-être des employés dans ce secteur

2.1.1 Horaires de travail

Les employés du secteur hôtelier, notamment ceux travaillant dans les hôtels, peuvent être soumis à des horaires de travail flexibles, y compris les quarts de nuit, les week-ends et les jours fériés. Les horaires peuvent être variables en fonction de la saison touristique et de l'affluence des clients (Fernane D. , 2022).

2.1.2 Charge de travail

Dans les hôtels très fréquentés, les employés peuvent être confrontés à une charge de travail intense, en particulier pendant les périodes de pointe. Cela peut entraîner des exigences physiques et émotionnelles importantes, notamment pour le personnel des services de restauration, de nettoyage et de réception.

2.1.3 Salaire et avantages

Les salaires dans le secteur hôtelier en Algérie peuvent varier en fonction du poste, de l'expérience et de la taille de l'établissement. Les employés peuvent bénéficier d'avantages tels que des repas gratuits, des uniformes fournis, des réductions sur les services de l'hôtel, etc.

2.1.4 Formation et développement professionnel

Certains hôtels offrent des programmes de formation et de développement professionnel à leurs employés afin d'améliorer leurs compétences et leurs opportunités de carrière. Cela peut inclure des formations sur le service à la clientèle, les langues étrangères, la gestion hôtelière, etc.

2.1.5 Environnement de travail

L'environnement de travail peut varier en fonction de la qualité de l'établissement. Les hôtels haut de gamme peuvent offrir des conditions de travail plus agréables avec des infrastructures modernes, des équipements de pointe et des espaces de repos pour le personnel. Cependant, les hôtels plus modestes peuvent avoir des installations plus basiques.

2.1.6 Relations de travail

Les relations entre employés et employeurs peuvent varier d'un établissement à un autre. Certains hôtels peuvent encourager une communication ouverte et un esprit d'équipe,

tandis que d'autres peuvent avoir une structure hiérarchique plus stricte. Les politiques de ressources humaines, telles que la gestion des conflits, la reconnaissance des performances et la motivation du personnel, peuvent également avoir un impact sur le bien-être des employés.

2.1.7 Mesures de sécurité et santé

La sécurité et la santé des employés doivent être prises en compte dans tous les établissements hôteliers. Cela peut inclure la mise en place de procédures de sécurité, la formation sur les premiers secours, l'utilisation d'équipements de protection individuelle (EPI), etc.

2.2 Service à la clientèle

Le service à la clientèle est un facteur de travail fondamental dans le secteur hôtelier en Algérie. Les clients recherchent des expériences positives et mémorables lors de leur séjour à l'hôtel. Un personnel attentif, aimable et disponible peut répondre aux besoins des clients et créer une atmosphère accueillante. La qualité du service à la clientèle peut influencer la fidélité des clients et leur propension à recommander l'établissement à d'autres personnes (Iunius & Fraenkel, 2009).

2.2.1 Les modalités du service à la clientèle dans le secteur hôtelier en Algérie

2.2.1.1 Accueil chaleureux

Les hôtels en Algérie accordent généralement une grande importance à l'accueil des clients. Le personnel est formé pour accueillir les clients avec amabilité et professionnalisme dès leur arrivée à l'hôtel.

2.2.1.2 Service personnalisé

Les hôtels cherchent à offrir un service personnalisé en répondant aux besoins spécifiques de chaque client. Cela peut inclure des demandes spéciales telles que des préférences alimentaires, des besoins en matière d'accessibilité ou des demandes de renseignements sur les attractions touristiques locales.

2.2.1.3 Assistance 24h/24

De nombreux hôtels en Algérie proposent une assistance 24h/24 pour répondre aux besoins des clients à tout moment de la journée. Cela peut inclure des services de conciergerie, des services de chambre disponibles en tout temps et une assistance en cas d'urgence.

2.2.1.4 Propreté et entretien

Les hôtels attachent une grande importance à la propreté et à l'entretien des chambres et des espaces communs. Les chambres doivent être nettoyées régulièrement, les draps et les serviettes doivent être changés fréquemment, et les espaces communs doivent être bien entretenus.

2.2.1.5 Réactivité aux plaintes et aux demandes

Les hôtels en Algérie font de leur mieux pour répondre rapidement et efficacement aux plaintes et aux demandes des clients. Ils cherchent à résoudre les problèmes rencontrés par les clients et à les satisfaire au mieux de leurs capacités.

2.2.2 Promotion du tourisme local

Certains hôtels en Algérie proposent également des informations sur les attractions touristiques locales, les événements culturels et les activités à proximité. Ils peuvent aider les clients à organiser des visites guidées ou à obtenir des informations sur les sites touristiques locaux.

Ces pratiques visent à fournir un excellent service à la clientèle dans le secteur hôtelier en Algérie et à garantir une expérience positive aux clients tout au long de leur séjour.

2.3 Gestion des ressources humaines

La gestion des ressources humaines dans le secteur hôtelier en Algérie est d'une importance capitale pour assurer le bon fonctionnement et la compétitivité des établissements. Voici quelques aspects clés de la gestion des ressources humaines dans ce secteur :

2.3.1 Recrutement et sélection

Le recrutement et la sélection dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie suivent généralement un processus similaire à celui des autres pays. Voici quelques pratiques courantes de recrutement et de sélection dans ce secteur :

2.3.1.1 Analyse des besoins

Les établissements hôteliers définissent les postes à pourvoir en fonction de leurs besoins spécifiques. Ils évaluent les compétences et les qualifications requises pour chaque poste.

2.3.1.2 Diffusion des offres d'emploi

Les hôtels publient leurs offres d'emploi dans des journaux locaux, des sites Internet spécialisés, ou utilisent les réseaux sociaux pour attirer les candidats.

2.3.1.3 Candidatures

Les candidats intéressés soumettent leur candidature en envoyant leur CV et leur lettre de motivation. Certains hôtels peuvent également demander aux candidats de remplir des formulaires spécifiques (Ben Amara, 2011).

2.3.1.4 Sélection initiale

Les recruteurs passent en revue les candidatures et effectuent une première sélection en fonction des critères établis, tels que l'expérience professionnelle, les compétences, l'éducation et la maîtrise des langues étrangères si nécessaire.

2.3.1.5 Entretiens d'embauche

Les candidats présélectionnés sont invités à passer des entretiens individuels ou collectifs. Ces entretiens permettent aux recruteurs de mieux évaluer les compétences, les connaissances et l'adéquation culturelle des candidats avec l'établissement hôtelier.

2.3.1.6 Tests pratiques

Certains hôtels peuvent également demander aux candidats de réaliser des tests pratiques pour évaluer leurs compétences techniques, telles que la préparation d'un cocktail, la gestion des réservations, ou la résolution de problèmes courants.

2.3.1.7 Vérification des références

Les recruteurs peuvent contacter les anciens employeurs ou les références fournies par les candidats pour obtenir des informations supplémentaires sur leur expérience professionnelle et leurs compétences (Balfet, 2001).

2.3.1.8 Prise de décision finale

Une fois toutes les étapes du processus de sélection terminées, les recruteurs évaluent les candidats et prennent une décision finale concernant l'embauche.

2.3.2 Formation et développement

Une formation adéquate est nécessaire pour préparer le personnel aux tâches spécifiques de l'industrie hôtelière. Cela comprend la formation à la gestion des clients, aux

techniques de service, à la communication interpersonnelle, aux langues étrangères, etc. Des programmes de développement des compétences peuvent également être mis en place pour favoriser la croissance professionnelle du personnel.

3. Gestion des performances

Il est important d'évaluer régulièrement les performances des employés et de leur fournir des retours constructifs. Les hôtels peuvent mettre en place des systèmes de gestion des performances pour évaluer les objectifs individuels et collectifs, récompenser les performances exceptionnelles et identifier les domaines d'amélioration.

3.1 Les systèmes de gestion de performances dans ce secteur en Algérie

3.1.1 Indicateurs de performance clés (KPI)

Les hôtels utilisent des KPI pour évaluer leur performance dans des domaines tels que l'occupation des chambres, le chiffre d'affaires par chambre disponible (RevPAR), le taux d'occupation, le taux de satisfaction des clients, etc. Ces indicateurs aident les hôtels à mesurer leur succès et à prendre des décisions stratégiques (Fernane D. , 2014).

3.1.2 Systèmes de gestion des réservations

Les hôtels utilisent des systèmes de gestion des réservations pour suivre et gérer les réservations de chambres. Ces systèmes permettent de gérer efficacement les disponibilités, les tarifs et les réservations, tout en fournissant des rapports et des analyses détaillés sur les performances de réservation.

3.1.3 Logiciels de gestion hôtelière

Les hôtels utilisent des logiciels de gestion hôtelière pour gérer divers aspects de leurs opérations, tels que la gestion des chambres, la facturation, le suivi des stocks, la gestion des revenus, etc. Ces logiciels aident à automatiser les processus et à améliorer l'efficacité opérationnelle.

3.1.4 Systèmes de commentaires et de commentaires des clients

Les hôtels utilisent des systèmes de commentaires et de commentaires pour recueillir les avis des clients sur leur expérience. Ces systèmes permettent aux hôtels de suivre les commentaires des clients, de répondre aux préoccupations et aux plaintes, et d'apporter des améliorations en conséquence.

3.1.5 Évaluations de qualité et de classification

Les hôtels peuvent participer à des programmes d'évaluation de qualité et de classification, tels que les étoiles, qui évaluent et classent les hôtels en fonction de critères prédéfinis. Ces évaluations aident les hôtels à améliorer leur réputation et leur attractivité auprès des clients.

En résumé, les systèmes de gestion de performances dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie sont axés sur l'utilisation de KPI, de logiciels de gestion hôtelière, de systèmes de réservation, de systèmes de commentaires des clients et de programmes d'évaluation de qualité pour surveiller, évaluer et améliorer la performance globale des hôtels. Ces systèmes visent à offrir des expériences de séjour exceptionnelles et à maintenir un niveau élevé de satisfaction client dans un marché concurrentiel.

3.2 Motivation et rétention

La motivation du personnel est essentielle pour assurer un service de qualité aux clients. Les hôtels peuvent offrir des avantages sociaux attrayants, des opportunités d'avancement professionnel, des programmes de reconnaissance des employés et un environnement de travail positif pour favoriser la rétention du personnel.

3.2.1 Les facteurs essentiels pour favoriser la motivation et la rétention du personnel

La motivation et la rétention des employés dans le domaine de l'hôtellerie en Algérie sont des facteurs essentiels pour assurer le succès et la compétitivité des établissements hôteliers. Voici quelques éléments clés à prendre en compte pour favoriser la motivation et la rétention du personnel :

3.2.2 Reconnaissance et récompenses

Reconnaître et récompenser les performances exceptionnelles des employés peut renforcer leur motivation. Cela peut prendre la forme de primes, de récompenses matérielles ou d'opportunités de développement professionnel.

3.2.3 Formation et développement

Offrir des opportunités de formation et de développement professionnel permet aux employés de renforcer leurs compétences et de progresser dans leur carrière. Cela peut inclure des programmes de formation internes, des séminaires externes, des mentorats, etc.

3.2.4 Conditions de travail agréables

Veiller à ce que les conditions de travail soient favorables, notamment en fournissant un environnement de travail sûr et sain, des horaires flexibles lorsque possible, des pauses adéquates, etc.

3.2.5 Communication transparente

Maintenir une communication ouverte et transparente avec les employés, en écoutant leurs préoccupations, en encourageant les feedbacks et en informant régulièrement sur les décisions et les objectifs de l'entreprise.

3.2.6 Équilibre vie professionnelle-vie personnelle

Favoriser un équilibre sain entre la vie professionnelle et la vie personnelle peut contribuer à la satisfaction et à la rétention des employés. Cela peut inclure des politiques de congés flexibles, des initiatives de bien-être, etc.

3.2.7 Possibilités d'avancement

Offrir des opportunités d'avancement et de croissance professionnelle peut motiver les employés à rester au sein de l'entreprise. Cela peut se traduire par des programmes de mentorat, des plans de carrière clairs, des promotions internes, etc.

3.2.8 Reconnaissance de la diversité et de l'inclusion

Valoriser la diversité et l'inclusion dans le milieu de travail peut créer un environnement où les employés se sentent respectés et appréciés, ce qui favorise leur motivation et leur engagement.

3.3 Gestion des horaires et de la charge de travail

La planification des horaires de travail et la gestion de la charge de travail sont des éléments clés pour assurer une répartition équilibrée des tâches et éviter l'épuisement du personnel. Une gestion efficace des horaires peut également permettre de faire face aux fluctuations de la demande saisonnière (Ben Amara, 2011).

3.3.1 Conformité aux réglementations du travail

Les hôtels doivent se conformer aux réglementations du travail en vigueur en Algérie, telles que les heures de travail, les congés payés, les avantages sociaux, les normes de santé et de sécurité, etc.

3.3.1.1 Les réglementations du travail dans ce secteur en Algérie

a. Contrats de travail

Les employeurs doivent établir des contrats de travail écrits pour tous les employés. Les contrats doivent inclure des informations telles que la durée de l'emploi, la rémunération, les heures de travail, les congés et les avantages sociaux.

b. Salaire minimum

L'Algérie a un salaire minimum légal fixé par la loi. Les employeurs doivent s'assurer que les employés reçoivent au moins le salaire minimum en vigueur.

c. Durée du travail

La durée légale du travail en Algérie est fixée à 40 heures par semaine pour les employés à temps plein. Les heures supplémentaires doivent être compensées conformément à la législation en vigueur.

d. Congés payés

Les employés ont droit à des congés payés annuels, qui varient en fonction de leur ancienneté dans l'entreprise.

e. Santé et sécurité au travail

Les employeurs sont tenus de fournir un environnement de travail sûr et sain. Cela comprend la mise en place de mesures de sécurité appropriées, la prévention des accidents du travail et la fourniture d'équipements de protection individuelle si nécessaire.

f. Droits syndicaux

Les employés ont le droit de se syndiquer en Algérie. Les syndicats jouent un rôle important dans la négociation des conditions de travail et la protection des droits des travailleurs.

g. Résiliation du contrat de travail

La résiliation du contrat de travail doit être conforme à la législation en vigueur. Des préavis appropriés ou des indemnités de départ doivent être accordés aux employés, selon les circonstances de la résiliation.

Note : Il est important de noter que ces points ne sont qu'un aperçu général des réglementations du travail dans le secteur hôtelier en Algérie. Des lois spécifiques et des réglementations supplémentaires peuvent s'appliquer en fonction de la taille de l'entreprise, du

type d'emploi et d'autres facteurs. Pour obtenir des informations précises et à jour, il est recommandé de consulter les lois et réglementations du travail en Algérie, ainsi que de contacter les autorités compétentes, telles que le ministère du Travail ou les organisations syndicales.

3.3.1.2 Haut du formulaire

3.3.2 Communication interne

Une communication claire et efficace entre la direction et le personnel est essentielle pour maintenir un bon climat de travail et favoriser la collaboration. Des canaux de communication ouverts, tels que les réunions régulières, les bulletins d'information, les plateformes en ligne, peuvent être utilisés pour faciliter la communication interne.

3.3.2.1 Les canaux de communication interne en Algérie

a. Réunions régulières

Organisez des réunions régulières avec l'ensemble du personnel pour partager les informations importantes, discuter des objectifs et des défis, et encourager les échanges d'idées. Ces réunions peuvent être hebdomadaires, mensuelles ou trimestrielles, selon les besoins.

b. Bulletin d'information interne

Créez un bulletin d'information interne pour informer le personnel des dernières nouvelles de l'hôtel, des promotions spéciales, des événements à venir et des réussites de l'équipe. Assurez-vous que le bulletin est distribué régulièrement et accessible à tous les employés (Fernane D. , 2022).

c. Utilisation des outils numériques

Exploitez les outils numériques tels que les intranets, les plateformes de messagerie instantanée ou les groupes de discussion en ligne pour faciliter la communication interne. Ces outils permettent aux employés de rester connectés, de partager des informations rapidement et de collaborer efficacement.

3.3.2.2 Formation et développement

Offrez des programmes de formation et de développement aux employés pour renforcer leurs compétences et leur permettre de se tenir au courant des meilleures pratiques

de l'industrie. La communication interne peut jouer un rôle clé dans la diffusion de ces opportunités de formation et de développement.

a. Feedback et reconnaissance

Encouragez un système de feedback ouvert où les employés peuvent partager leurs idées, leurs préoccupations et leurs suggestions. Reconnaître les réalisations et les contributions des employés est également essentiel pour maintenir leur motivation et leur engagement.

b. Culture d'équipe

Favorisez une culture d'équipe en organisant des activités de renforcement d'équipe, des événements sociaux et des célébrations.

En résumé, la gestion des ressources humaines dans le secteur hôtelier en Algérie nécessite une attention particulière pour recruter, former, motiver et retenir le personnel compétent. Une approche proactive et stratégique de la gestion des ressources humaines peut contribuer à améliorer la qualité des services offerts par les hôtels et à renforcer leur position concurrentielle.

En somme, les facteurs de travail dans le domaine hôtelier en Algérie revêtent une grande importance pour assurer la compétitivité et la croissance du secteur. La qualification et la formation du personnel, les compétences linguistiques, le service à la clientèle, la gestion des ressources humaines et les conditions de travail influent directement sur la satisfaction des clients, la réputation de l'hôtel et la performance globale de l'établissement. En investissant dans ces facteurs clés, les hôtels peuvent contribuer au développement du tourisme en Algérie et renforcer leur position sur le marché.

Section3 : Défis et perspectives du facteur travail dans le secteur d'hôtellerie en Algérie.

Le secteur de l'hôtellerie en Algérie est un pilier essentiel de l'économie, contribuant à la croissance du pays et à la création d'emplois. Cependant, il est confronté à de nombreux défis et présente également de grandes perspectives pour le facteur travail. L'Algérie possède un potentiel touristique énorme avec son patrimoine culturel riche, ses paysages diversifiés et son emplacement stratégique en tant que passerelle entre l'Europe et l'Afrique. Cependant, malgré ces avantages, l'industrie hôtelière algérienne doit faire face à des obstacles qui entravent son développement et compromettent sa compétitivité sur le marché mondial. Dans

cette section, nous explorerons les défis auxquels le facteur travail est confronté dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie, tout en mettant en évidence les perspectives prometteuses qui pourraient stimuler son expansion et sa performance à l'avenir.

1. Les défis liés au facteur travail dans le secteur d'hôtellerie en Algérie

Le secteur de l'hôtellerie en Algérie fait face à plusieurs défis liés au facteur travail. Voici quelques-uns des défis majeurs (Bejaia, 2021):

1.1 Manque de main-d'œuvre qualifiée

La pénurie de main-d'œuvre qualifiée dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie est un problème qui a été identifié ces dernières années. L'industrie hôtelière en Algérie a connu une croissance significative, avec de nombreux hôtels et complexes touristiques qui ont été construits pour répondre à la demande croissante du tourisme national et international. Cependant, le manque de main-d'œuvre qualifiée pour travailler dans ces établissements a été un défi majeur.

Il y a plusieurs raisons qui expliquent cette pénurie de main-d'œuvre qualifiée. Tout d'abord, le secteur de l'hôtellerie en Algérie souffre d'un déficit de formation professionnelle adéquate. Les programmes de formation et d'éducation dans ce domaine sont souvent insuffisants pour fournir les compétences nécessaires aux futurs employés de l'industrie. Cela peut être attribué à un manque d'investissement dans l'éducation et la formation dans le secteur de l'hôtellerie.

De plus, de nombreux Algériens qualifiés dans le domaine de l'hôtellerie ont choisi de travailler à l'étranger, attirés par des opportunités d'emploi meilleures et des conditions de travail plus favorables. Cette fuite des cerveaux a exacerbé la pénurie de main-d'œuvre qualifiée dans le secteur en Algérie.

1.2 Formation professionnelle insuffisante

La formation professionnelle insuffisante est effectivement l'un des défis majeurs auxquels est confronté le secteur de l'hôtellerie en Algérie. La formation adéquate et de qualité est essentielle pour développer une main-d'œuvre compétente et qualifiée, capable de répondre aux besoins croissants de l'industrie hôtelière.

Voici quelques problèmes liés à la formation professionnelle dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie.

1.2.1 Manque de programmes de formation spécialisés

Il existe un manque de programmes de formation spécifiques à l'industrie hôtelière. Les établissements d'enseignement ne proposent souvent que des cursus généraux qui ne couvrent pas les compétences et les connaissances spécifiques requises dans le secteur de l'hôtellerie.

1.2.2 Qualité de la formation

Même lorsque des programmes de formation existent, la qualité de l'enseignement et des infrastructures peut être insuffisante. Les formateurs peuvent manquer d'expérience pratique dans le secteur de l'hôtellerie, ce qui limite la valeur de la formation dispensée.

1.2.3 Manque de centres de formation professionnelle

Il y a une pénurie de centres de formation spécialisés dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie. Cela rend difficile l'accès à une formation pratique et pertinente pour les étudiants et les professionnels déjà en poste.

1.2.4 Manque de partenariats entre l'industrie et les établissements d'enseignement

La collaboration entre les entreprises hôtelières et les établissements d'enseignement est souvent limitée. Les entreprises ne sont pas suffisamment impliquées dans la conception des programmes de formation et dans la fourniture de stages et d'opportunités d'apprentissage pratique.

1.2.5 Manque de reconversion et de perfectionnement professionnel

Il y a une absence de programmes de reconversion et de perfectionnement professionnel pour les travailleurs déjà employés dans le secteur de l'hôtellerie. Cela limite les opportunités de progression de carrière et de mise à niveau des compétences.

1.3 Problèmes liés à la rémunération

Les salaires dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie peuvent être relativement bas, en particulier pour les postes de niveau inférieur. Cela peut rendre difficile la rétention du personnel qualifié, qui peut être tenté de chercher des opportunités mieux rémunérées ailleurs. Les hôtels doivent faire face à un fort taux de rotation du personnel, ce qui peut affecter la continuité des opérations. Voici quelques-uns des problèmes courants liés à la rémunération dans ce secteur :

1.3.1 Salaires bas

Les salaires dans l'industrie hôtelière en Algérie sont souvent considérés comme bas, en particulier pour les employés de niveau inférieur et intermédiaire. Les travailleurs peuvent avoir du mal à subvenir à leurs besoins essentiels compte tenu du coût de la vie croissant.

1.3.2 Inégalités salariales

Les inégalités salariales peuvent être significatives dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie. Certaines catégories d'employés, comme les cadres supérieurs ou les postes de direction, bénéficient souvent de salaires plus élevés, tandis que les employés de base et les travailleurs non qualifiés sont moins bien rémunérés.

1.3.3 Absence de système de récompenses et de reconnaissance

Un autre problème est l'absence d'un système de récompenses et de reconnaissance basé sur la performance et les réalisations des employés. Cela peut entraîner une frustration et une démotivation parmi les employés, qui ne voient pas leurs efforts récompensés de manière adéquate.

1.3.4 Non-respect des normes de rémunération

Il peut arriver que certaines entreprises du secteur de l'hôtellerie enfreignent les normes de rémunération légales en ne respectant pas les salaires minimums ou en retardant les paiements. Cela crée une insécurité financière pour les employés et nuit à leur bien-être.

1.3.5 Manque d'avantages sociaux

En plus des salaires, les avantages sociaux tels que les assurances maladie, les congés payés, les régimes de retraite et autres sont souvent limités dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie. Cela peut rendre les postes moins attrayants et contribuer à une baisse de la rétention du personnel qualifié.

1.4 Conditions de travail et horaires contraignants

Le secteur hôtelier en Algérie, comme dans de nombreux autres pays, peut être confronté à des conditions de travail et à des horaires contraignants. Voici quelques défis couramment rencontrés :

1.4.1 Longues heures de travail

Les hôtels fonctionnent généralement 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, ce qui signifie que le personnel doit être disponible pour travailler par roulement, y compris les week-ends et

les jours fériés. Cela peut entraîner des horaires de travail irréguliers et des journées de travail prolongées, ce qui peut être épuisant pour les employés.

1.4.2 Saisonnalité

Certains établissements hôteliers en Algérie connaissent des périodes de pointe saisonnières, où la demande est beaucoup plus élevée. Cela peut entraîner une charge de travail accrue pendant ces périodes, avec une pression supplémentaire sur le personnel pour faire face à l'afflux de clients.

1.4.3 Service à la clientèle exigeant

L'industrie hôtelière est axée sur le service à la clientèle, et les clients peuvent avoir des attentes élevées en matière de confort, de propreté et d'assistance. Cela peut entraîner une pression supplémentaire sur le personnel pour répondre aux demandes des clients de manière rapide et efficace, même dans des situations stressantes.

1.4.4 Manque de repos et de congés

En raison de la nature du secteur, il peut être difficile pour les employés de prendre des congés réguliers ou de bénéficier de périodes de repos adéquates, surtout pendant les périodes de pointe. Cela peut affecter leur bien-être physique et émotionnel à long terme.

1.4.5 Rémunération parfois insuffisante

Malheureusement, certains établissements hôteliers peuvent offrir une rémunération peu élevée pour certains postes, ce qui peut rendre difficile la motivation et la fidélisation du personnel qualifié

2. Image négative du secteur

L'hôtellerie en Algérie souffre parfois d'une image négative, ce qui peut dissuader certains candidats potentiels de rejoindre l'industrie. Des améliorations sont nécessaires en termes de promotion de l'industrie hôtelière comme un secteur attractif offrant des opportunités de carrière intéressantes. Voici quelques aspects qui contribuent à cette perception négative :

2.1 Manque de qualité et de normes

Certains établissements hôteliers en Algérie peuvent souffrir d'un manque de normes de qualité et de services, ce qui peut entraîner des expériences décevantes pour les clients. Des problèmes tels que des chambres mal entretenues, un service inadéquat, une propreté insuffisante ou des installations défectueuses peuvent nuire à l'image globale du secteur.

2.2 Communication et compétence du personnel

Des problèmes de communication peuvent survenir en raison de la barrière linguistique, ce qui peut créer des malentendus ou une mauvaise expérience pour les clients étrangers. De plus, le manque de compétences professionnelles ou de formation adéquate du personnel peut également influencer négativement l'expérience des clients.

2.3 Manque d'innovation et de diversification

L'absence d'innovation et de diversification dans les offres des hôtels peut entraîner une impression de stagnation dans le secteur. Les clients peuvent rechercher de nouvelles expériences et des services différenciés, et le manque de ces éléments peut contribuer à une image négative de l'industrie hôtelière.

2.4 Perception de l'insécurité

Les préoccupations concernant la sécurité peuvent également influencer négativement l'image du secteur hôtelier en Algérie. Les clients peuvent être préoccupés par la sécurité personnelle ou par la sûreté de leurs biens, ce qui peut décourager leur choix d'hébergement.

Pour relever ce défi, il est essentiel pour les acteurs du secteur hôtelier en Algérie de prendre des mesures pour améliorer la qualité des services, la formation du personnel, l'innovation et la sécurité. En promouvant des normes élevées, en investissant dans la formation et le développement du personnel, et en développant des initiatives visant à améliorer l'expérience client, l'image du secteur peut être progressivement redressée (Zouaoui, 2018). De plus, une communication proactive sur les efforts d'amélioration et la mise en valeur des atouts de l'Algérie en tant que destination touristique peuvent contribuer à renforcer l'image positive du secteur hôtelier.

3. Initiatives et solutions futures du facteur travail dans le secteur d'hôtellerie en Algérie

Dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie, il existe plusieurs initiatives et solutions futures pour améliorer le facteur travail. Voici quelques-unes d'entre elles :

3.1 Formation et développement des compétences

Il est essentiel d'investir dans la formation et le développement des compétences du personnel de l'hôtellerie en Algérie. Cela peut inclure des programmes de formation professionnelle, des partenariats avec des établissements d'enseignement et des initiatives de formation continue pour améliorer les compétences techniques et relationnelles des employés.

3.2 Promotion des carrières dans l'hôtellerie

Il est important de promouvoir les carrières dans l'industrie hôtelière en Algérie afin d'attirer les talents et de retenir les employés qualifiés. Cela peut être réalisé en mettant en valeur les opportunités de croissance professionnelle, en offrant des perspectives de carrière claires et en mettant en place des programmes de mentorat pour guider les employés vers des postes de responsabilité.

3.3 Technologie et innovation

L'intégration de la technologie et de l'innovation dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie peut améliorer l'efficacité opérationnelle et l'expérience des clients. Cela peut inclure l'adoption de systèmes de gestion hôtelière intégrés, de solutions de réservation en ligne, de services de conciergerie numérique et d'autres technologies pour optimiser les processus de travail.

3.4 Amélioration des conditions de travail

Il est important de mettre en place des politiques et des pratiques visant à améliorer les conditions de travail dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie. Cela peut inclure la mise en œuvre de réglementations du travail équitables, la promotion d'un environnement de travail sain et sécuritaire, ainsi que des mesures pour favoriser l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

3.5 Collaboration entre les acteurs du secteur

Les différentes parties prenantes du secteur de l'hôtellerie en Algérie, y compris les gouvernements, les associations professionnelles, les établissements d'enseignement et les entreprises hôtelières, doivent collaborer pour mettre en place des initiatives communes. Cela peut inclure des partenariats pour développer des programmes de formation, des campagnes de promotion de l'industrie et des efforts de marketing conjoints pour attirer les touristes.

Ces initiatives et solutions futures visent à améliorer la qualité du facteur travail dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie, en favorisant le développement des compétences, l'attraction et la rétention des talents, l'adoption de la technologie, l'amélioration des conditions de travail et la collaboration entre les acteurs du secteur. En mettant en œuvre ces mesures, on peut espérer une amélioration globale de l'industrie hôtelière en Algérie.

4. Les perspectives et les tendances futures du facteur travail dans le secteur d'hôtellerie en Algérie

Les perspectives et les tendances futures du facteur travail dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie peuvent être influencées par plusieurs facteurs économiques, technologiques et sociaux. Voici quelques perspectives et tendances à considérer :

4.1 Croissance du secteur

Le tourisme en Algérie est en croissance et le gouvernement a mis en place des initiatives visant à développer ce secteur. Cela peut entraîner une augmentation de la demande d'hôtels et donc une demande accrue de main-d'œuvre qualifiée.

4.2 Besoin de main-d'œuvre qualifiée

Pour répondre aux exigences des voyageurs et aux normes internationales, l'industrie hôtelière en Algérie aura besoin d'une main-d'œuvre qualifiée. Les employés devront posséder des compétences techniques et des connaissances spécifiques pour gérer les opérations hôtelières.

4.3 Technologie et automatisation

Comme c'est le cas dans de nombreux secteurs, l'introduction de technologies et d'automatisation peut affecter le facteur travail dans l'hôtellerie. Les hôtels peuvent adopter des systèmes de réservation en ligne, des bornes d'enregistrement automatique et d'autres technologies pour améliorer l'efficacité opérationnelle. Cela peut réduire la demande de certaines tâches traditionnellement effectuées par des employés.

4.4 Importance de l'expérience client

Les hôtels se concentrent de plus en plus sur l'expérience client pour se démarquer de la concurrence. Cela peut se traduire par une demande accrue d'employés spécialisés dans le service client, tels que les concierges, les chefs de rang et les spécialistes de l'accueil.

4.5 Développement du tourisme d'affaires

L'Algérie cherche à développer le tourisme d'affaires, ce qui peut entraîner une demande supplémentaire de services hôteliers pour les voyageurs d'affaires. Cela peut créer des opportunités d'emploi dans des domaines tels que la gestion des événements et les services de conférence.

4.6 Besoin de diversification des compétences

Avec l'évolution des besoins des voyageurs, les hôtels devront diversifier les compétences de leur personnel. Par exemple, la connaissance des langues étrangères, la

maîtrise des technologies de l'information et des compétences en marketing numérique peuvent devenir de plus en plus importantes.

4.7 Amélioration des conditions de travail

Les hôtels devront accorder une attention particulière aux conditions de travail et au bien-être des employés. Une main-d'œuvre satisfaite et motivée peut contribuer à une meilleure qualité de service et à une rétention du personnel (Abderrahim & Aider, 2018).

Ces perspectives et tendances futures du facteur travail dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie ne sont pas exhaustives, mais elles donnent un aperçu des principaux éléments à prendre en compte. Il est important de noter que l'avenir du secteur dépendra également de l'évolution des politiques gouvernementales, des investissements dans le tourisme et des facteurs économiques mondiaux.

Conclusion

En conclusion, l'industrie hôtelière en Algérie joue un rôle crucial dans le développement économique du pays. Ce chapitre a examiné de manière générale l'état de l'hôtellerie en Algérie, les facteurs de travail qui influencent ce secteur et les défis auxquels il est confronté, ainsi que les perspectives pour l'avenir.

Dans la première section, nous avons dressé un aperçu général de l'industrie hôtelière en Algérie. Nous avons constaté que le secteur a connu une croissance significative au cours des dernières années, avec une augmentation du nombre d'hôtels et de touristes visitant le pays. Cela s'explique en partie par les initiatives gouvernementales visant à promouvoir le tourisme et à améliorer l'infrastructure touristique.

La deuxième section a mis l'accent sur les facteurs de travail dans le secteur hôtelier en Algérie. Nous avons identifié plusieurs éléments qui influencent la main-d'œuvre dans ce domaine, tels que la disponibilité de compétences qualifiées, la formation professionnelle, les conditions de travail, la rémunération et les politiques d'emploi. Nous avons souligné l'importance d'une main-d'œuvre qualifiée et bien formée pour offrir des services de qualité aux touristes.

Cependant, malgré les progrès réalisés, le secteur hôtelier en Algérie est confronté à des défis liés au facteur travail. Dans la troisième section, nous avons examiné ces défis,

notamment la pénurie de compétences spécialisées, le manque de formation continue, les conditions de travail difficiles et les disparités salariales. Ces problèmes peuvent entraver le développement du secteur hôtelier et la qualité des services offerts aux clients.

Malgré ces défis, des perspectives positives se dessinent pour le facteur travail dans le secteur hôtelier en Algérie. Le gouvernement a pris des mesures pour améliorer la formation professionnelle et attirer des investissements dans le secteur du tourisme. Des partenariats public-privé sont également encouragés pour développer des programmes de formation adaptés aux besoins de l'industrie hôtelière.

En conclusion, le secteur hôtelier en Algérie a le potentiel de contribuer de manière significative à l'économie du pays. Les facteurs de travail jouent un rôle essentiel dans la croissance et le développement de ce secteur. Il est crucial de continuer à investir dans la formation et le développement des compétences, d'améliorer les conditions de travail et de mettre en place des politiques visant à attirer et à retenir les talents. En surmontant les défis actuels, l'Algérie peut tirer parti de son potentiel touristique et créer un secteur hôtelier dynamique, offrant des expériences exceptionnelles aux visiteurs et contribuant au développement économique du pays.

***CHAPITRE III : ANALYSE DU
FACTEUR TRAVAIL DANS
L'HÔTEL ITTOURAR***

Chapitre III : Analyse du facteur travail dans l'hôtel ITTOURAR

Introduction

L'industrie hôtelière est un secteur dynamique et concurrentiel où la satisfaction client et la qualité des services sont essentielles pour la réussite des établissements. Parmi les nombreux facteurs qui contribuent à cette réussite, le facteur travail joue un rôle prépondérant.

La gestion efficace des ressources humaines, la motivation du personnel et le développement des compétences sont autant de leviers qui permettent aux hôtels de se démarquer et de prospérer dans un environnement hautement compétitif.

Dans le cadre de cette étude, nous nous concentrerons sur le cas pratique l'hôtel ITTOURAR TIZI-OUZOU, situé dans la région de Tizi-Ouzou, C'est établissement représente un exemple concret de la façon dont la gestion du facteur travail peut influencer positivement la performance et le succès d'un hôtel.

Le facteur du travail est un objectif qui vise pour garantir à l'hôtel sa compétitivité et la pérennité dans le but de la satisfaction des clients qu'est en ce moment un centre d'intérêt de tout entrepris désirant se faire une place dans un environnement détecté.

Tout d'abord, nous présenterons brièvement l'hôtel ITTOURAR TIZI-OUZOU, ses caractéristiques et son positionnement sur le marché local. Ensuite, nous analyserons en détail l'importance du facteur travail dans le secteur hôtelier en soulignant son impact sur la qualité des services et l'expérience client.

Après avoir exposé dans le premier chapitre précédent les différents concepts liés au facteur du travail dans le domaine hôtellerie, celui-ci fera l'objet d'un cas pratique au niveau de l'établissement «ITTOURAR». Dans ce chapitre, nous allons présenter dans la première section l'organisme de l'accueil ainsi que son historique et ses différentes activités afin d'avoir un aperçu sur l'établissement, ensuite nous allons faire une présentation de l'enquête de terrain dans la deuxième section, et la troisième section sera consacrée à l'analyse des données et l'interprétation des résultats obtenus par un entretien.

Section 1 : présentation de l'établissement et organisation fonctionnelle et administrative de l'entreprise hôtelière «ITTOURAR» Tizi-Ouzou

Nous allons dans cette présente section mettre un point sur l'établissement d'accueil dont les résultats de l'étude parviennent des guide d'entretien qui nous avons effectué. Il s'agit bien de l'hôtel ITTOURAR de la Wilaya de Tizi-Ouzou.

1. Présentation de l'hôtel «ITTOURAR»

Hôtel «ITTOURAR» de Tizi-Ouzou se situe au centre-ville de Tizi-Ouzou la capitale de notre grande et chère Kabylie. Il sera un meilleur endroit pour vos visites professionnelles ou touristiques.

L'hôtel a un aspect contemporain et chaleureux. Il comporte des chambres très confortables et spacieuses qui vous offrent un séjour agréable.

L'hôtel «ITTOURAR» est un établissement répondant aux critères de l'originalité et perfection du service ; prêt à détacher de nouveaux standards de comforts. L'hôtel ITTOURARE vous ouvre ses portes à tout moment, son personnel répond au moindre de vos désirs.

L'hôtel« ITTOURAR» est construit dans l'objectif de recevoir des clients de séjours, des groupes de touristes ainsi que les entreprises publiques et/ou privés pour des séminaires, des clubs sportifs et des délégations. Il leur offre toutes les commodités : sécurité, détente la tranquillité aux touristes qui arrivent de diverses régions du pays ainsi de l'étranger.

L'hôtel possède une capacité d'hébergement de 90 personnes ;

Nombre de lits est de 70 lits (50 petits lits et 20 grands lits) ;

Nombre de chambre 48 chambres ;

En restauration, l'établissement dispose d'un restaurant de haute gastronomie d'une capacité de 90 couverts. Il offre aussi une location des salles de conférences et de réunions la première d'une capacité de 200 personnes et 40 personnes pour la seconde salle ;

L'effectif total de personnel est de 37 personnes.

Les périodes d'activités de l'entreprise sont réparties comme suit :

- La haute saison : juin, juillet, aout, septembre, octobre ;
- La moyenne saison : novembre, décembre, janvier, février.

L'hôtel possède un savoir-faire dans l'accueil de l'organisation des grandes conférences et des importants congrès.

1.1 Aperçu historique de l'hôtel «ITTOURAR»

L'hôtel est à quelque pas de la gare routière BOUHINOUNE, à proximité de l'université, l'hôpital et le stade seront le point de chute pour vos visites professionnelles et touristiques.

L'établissement a été inauguré et ouvert ses portes à sa clientèle le 05 mai 2012 par le ministre du tourisme et de l'artisanat. L'hôtel «ITTOURAR» est une entreprise familiale.

1.2 Situation géographique de l'hôtel «ITTOURAR »

L'hôtel «ITTOURAR» est situé à proximité de la nouvelle gare routière, précisément lotissement AMYOUDE nouvelle ville de Tizi-Ouzou est à :

- 1 heure et 30 minutes de l'aéroport Houari Boumediene ;
- 05 minutes de la gare routière BOUHINOUNE ;
- 15 minutes de l'Assemblée Populaire Communale de Tizi-Ouzou (APC).

1.3 Les différentes commodités de l'hôtel «ITTOURAR»

L'hôtel «ITTOURAR» assure des prestations diverses telles que la restauration et l'hébergement, l'hôtel a opté de depuis sa création pour un mode d'organisation fonctionnel.

- Les activités de l'hôtel se présentent comme suit :

1.3.1 La restauration

L'hôtel offre un restaurant d'une capacité de 90 couverts qui assure le service à sa clientèle avec une possibilité d'organisation de banquets (séminaire, fête réunions, etc.) Ouvert tous les jours de 10 h00 à 22h00.

1.3.2 Hébergement

L'hôtel se compose de 50 étages. 05 étages dotés de 48 chambres.

Les chambres sont spacieuses et uniques dans leurs conceptions et vous offrent une atmosphère chaleureuse et paisible. Toutes les chambres sont équipées de TV et de téléphones avec ligne directe. Certains disposent également d'un balcon pour vous relaxer et un service de réveil par téléphone est disponible, tous les étages sont accessibles par ascenseur.

1.3.3 Capacité conférences

L'hôtel met en disposition 02 salles de réunions idéales pour les conférences, colloques, séminaires d'une capacité de :

- 200 chaises pour la 1^{re} salle ;
- 40 chaises pour la seconde ;

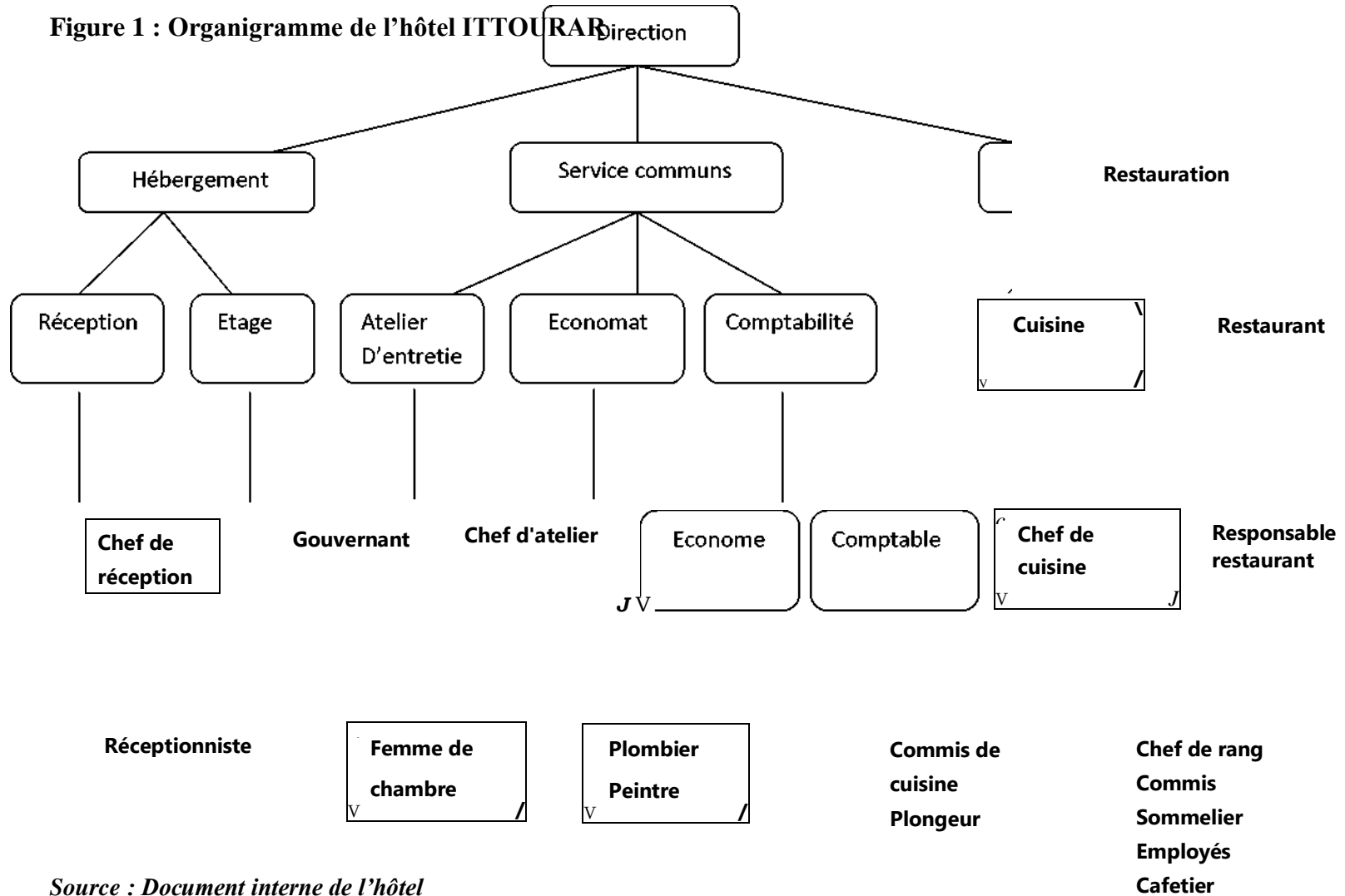
- Dotée de deux sanitaires ;
- Tables ;
- Chaises ;
- Data show ;
- Drap de projection ;
- Un système de sonorisation très développé.

Parking : vous disposerez d'un parking gardé ouvert la nuit comme le jour et 7 jours sur 7.

2. L'organisation fonctionnelle et administrative de l'entreprise hôtelière «ITTOURAR» Tizi-Ouzou

2.1 L'organigramme organisationnel et fonctionnel d'hôtel «ITTOURAR» (ITTOURAR, 2022)

Figure 1 : Organigramme de l'hôtel ITTOURAR



Source : Document interne de l'hôtel

2.2 Les différents départements de l'hôtel

L'hôtel comporte plusieurs départements, nous citons (ITTOURAR, 2022) :

2.2.1 Le département administration et finance

Ce département de 45 M², est responsable de la gestion financière et administrative de l'hôtel. Les tâches réparties sur les différents services constituent ce département service comptabilité et finance, service gestion du personnel et le service économat qui seront étudiés ci-dessous :

2.2.1.1 Le service comptabilité et finance

Le rôle de ce service, est de comptabiliser toutes les opérations faites quotidiennement par l'unité (achats, ventes, encaissement, paiement, stocks, fiscalité, diverse.).

Pour la comptabilisation de ces opérations, le comptable doit avoir deux documents qui sont : (le bon de commande, le bon de réception.).

Après le service de contrôle doit vérifier la qualité et les sommes. Le service possède différents journaux de comptabilité, comme :

- Le journal de caisse (recettes, et dépenses) ;
- Le journal des ventes (main courante) ;
- Le journal des opérations diverses (paies, stocks, consommation etc.) ;
- Le journal centralisateur (général) ou doivent être inscrites toutes les opérations notées sur les journaux auxiliaires.

Ce journal doit être l'égalisé, numéroté et le tribunal paraphé par page, par ordre croissant.

Ce service comprend deux personnes (chef comptable, et aide comptable.)

2.2.1.2 Le service gestion de personnel

Ce service est responsable de recrutement des employés et des travailleurs, après l'accord du directeur de l'hôtel. Le recrutement est fait à partir des différentes conditions et différentes critères selon les besoins.

Dès que la confirmation pour un poste est donnée par le directeur, le recruté doit remplir une fiche de renseignement concernant les diplômes, ses capacités et ses informations personnelles. Ensuite, il doit signer le contrat de travail, et présenter son diplôme et autres papiers nécessaires. Après cela, le service doit créer un dossier concernant le recruté, le porter sur la liste du personnel, lui.

2.2.1.3 Le service économat et gestion des stocks

Ce service est chargé de l'approvisionnement de l'hôtel, c'est la fonction la plus

sensible de l'hôtel. Il s'agit d'effectuer des bonnes affaires, c'est sur le dernier point de se joue la bonne partie des ventes. En effet, l'économie est tenue d'acheter au moment opportun et à bon prix, pour permettre aux services chargés de la production ou de la vente de réaliser de meilleurs résultats. Le système de contrôle le plus adéquat en économat, est le relevé physique des matières. C'est-à-dire qu'il faut procéder par un comptage de produit, le résultat obtenu est confronté à la fiche de stock.

2.2.2 Le département de maintenance

2.2.2.1 Le service technique

Il est chargé de la maintenance et de l'entretien afin de protéger les installations et les équipements techniques se trouvent au sein de l'entreprise, ce service compte 03 personnes (01 plombier, 01 peintre, 01 électricien). Ils ont pour mission principale :

- La réparation et la rénovation ;
- La maintenance des différents équipements de l'hôtel (téléviseur, climatiseur, etc.).

2.2.2.2 Service hygiène et sécurité

Ce service contient des agents qui sont sous la responsabilité d'un chef de sécurité, ils assurent la tranquillité et hygiène au niveau de l'hôtel et garantit la sécurité des Cet hôtel aussi possède un coffre-fort ou les clients peuvent déposer leurs argent et leurs bijoux et ont leurs donnent un reçu il les récupère le jour de leur départs pour éviter les vols et tout autre...

2.2.3 Le département d'exploitation

2.2.3.1 Le département hébergement

a. Chambres

Toutes les fois que vous accédez à votre chambre dans l'hôtel «ITTOURAR» vous aurez un sentiment d'appartenance comme jamais ailleurs.

Parmi un choix de chambres :

- Singles : 13 chambres à 6900 Da ;
- Doubles : (08 avec grands lits et 10 avec petits lits) à 8900 Da ;
- Triples : 07 chambres (05 avec 03 petits lits), (02 avec 01 grand lit petit lits) à 9900 Da
- Doubles luxes : est au nombre de 10 chambres, à 15900 Da Et petit déjeuner inclus ;
- La chambre single :

La chambre single, dotée de meubles à conception contemporaine, rend à l'hôtel

«ITTOURAR» l'image d'un lieu de confort et de quiétude.

L'hôtel offre le choix de couleurs de la chambre : bleu ciel, rose, vert pistache, jaune et bleu foncé. Car chaque étage correspond à une de ces couleurs.

Toutes les chambres single comportent :

- Un lit d'une place et demie ;
- Possibilité de choix de la couleur de la chambre : bleu, rose, vert pistache, jaune et bleu foncé.
- Fournitures de chambre
- Lit doux matelas EPIDA haute gamme ;
- 11 canaux de télévision ;
- un accès WIFI ;
- Climatisation ;
- Réfrigérateur ;
- Bureau et armoire ;
- Lit bébé dans la chambre (sur demande) ;
- Téléviseur 32 pouces écran plasma.
- Services et avantages
- Lavage de votre linge (sur demande) ;
- Room service ;
- Gamme complète de produits d'accueil salle de bain ;
- Ascenseur ;
- Toute la laiterie et la vaisselle provient de fournisseurs des grands hôtels de luxe ;
- Chauffage central.

La chambre double et triple

Toutes les chambres comportent

:

- Deux (2) lits singles ; pour la chambre double ;
- La chambre triple dotée de trois lits d'une place et d'autres d'un lit à deux places et un à une place ;
- Possibilité de choix de la couleur de la chambre : bleu, rose, vert pistache, jaune et bleu foncé.
- Lit doux matelas EPIDA haute gamme ;
- 11 canaux de télévision ;

- Un accès WIFI ;
- Climatisation ;
- Réfrigérateur ;
- Bureau et une armoire ;
- Lit bébé dans la chambre (sur demande) ;
- Téléviseur 32 pouces écran plasma ;
- Une presse à café ;
- Des produits de bain et une moquette.
- Services et avantages
 - Room service ;
 - Lavage de votre linge (sur demande) ;
 - Gamme complétée de produits d'accueil salle de bain ;
 - Ascenseur ;
 - Toute de laiterie et la vaisselle provient de fournisseurs des plus grandes hôtels de luxe ;
 - Chauffage centrale
- Chambre de luxe

Les chambres luxes sont équipées de manière à vous faire passer de luxueux et prestigieux moments, idéales pour les nuits de noces.

Toutes les chambres luxes (doubles) comportent :

- lit King size ;
- Un petit salon ;
- Deux fauteuils ;
- Une table basse ;
- Possibilité de choix de la couleur de la chambre : bleu ciel, rose, vert pistache, jaune et bleu foncé.
- Fournitures de chambre
 - Lit doux matelas EPIDA haute gamme ;
 - 11 canaux de télévisions ;
 - Un accès WIFI ;
 - Climatisation ;
 - Réfrigérateur ;
 - Bureau et armoire ;
 - Lit bébé dans la chambre (sur demande) ;

- Téléviseur 32 pouces écran plasma ;
- Une presse à café ;
- Des sortis de bain et une moquette.

a. Services et avantages

- Room service ;
- Lavage de votre linge (sur demande) ;
- gamme complète de produit d'accueil salle de bain ;
- Ascenseur ;
- Toute la laiterie et la vaisselle provient de fournisseurs des plus grands hôtels de luxe chauffage central.

b. Réception

On a souvent décrit la réception comme le centre nerveux, le cœur, la plaque tournante de l'établissement hôtellerie. Ces termes conservent plus que jamais leur actualité. La réception est en effet le seul endroit de l'hôtel, lorsqu'il y en a un, à rester, ouvert 24 heures sur 24. Le service réception revêt une importance évidente dans l'entreprise hôtellerie (accueil des clients, l'hébergement des clients, la facturation de séjour des clients, organiser les départs des clients, l'encaissement de toutes les factures (chèque, espèce, carte de paiement, etc).

La réservation des chambres peut être directe en se présentant à la réception, par fax ou par téléphone. Le client pour localiser une chambre doit présenter une pièce d'identité (NIC/ passeport/ PC.) et remplir la fiche de police qui doit être envoyée au commissariat de police avant minuit le jour même.

Les documents utilisés aux niveaux de service réception sont :

- Le registre de police ;
- La fiche de police ;
- Le livre de réservation ;
- Le planning d'occupation ;
- La facture de client ;
- Registre de caisse.

c. Les étages :(Housekeeping)

C'est le service qui assure la liaison entre la chambre de client et les autres services. L'importance de cette cellule doit être toujours évoquée, car les employés des étages pénètrent dans les chambres des clients, et en assurent le nettoyage, font les lits, changent les draps, etc.

Toutes les chambres de l'hôtel sont équipées d'un téléviseur, téléphone, corbeille de déchets, cendrier, table de chevet, placard de rangement, climatisation (chaude et froide), coffre, chauffage, salle de bain, bureau de travail, porte manteau.etc. Surface des chambres (single, double, triple) de 13 M et les chambres doublent luxe d'une surface de 16 M.

Le service d'étage de l'hôtel «ITTOURAR» contient une gouvernante générale, et cinq (05) femmes de chambres.

d. La lingerie (blanchisserie)

C'est le service chargé du maintien de linge en état de propreté, il intervient également dans le lavage des effets personnels. Le linge client sera assuré samedi au mercredi (sauf demande spécifique ou particulière).

Les dépôts de linge client se feront de 18h00 à 11h00. Le linge client doit être déposé à la réception vers 10h30, la réception appellera la blanchisserie ou le service House Keeping qui ira le chercher.

La gouvernante assurera l'ouverture et prendra en note les numéros de chambre, il est impératif de bien vérifier sur le sac et la feuille de pressing (le numéro de chambre, le nom de client, et la date), vérifier le dépôt du linge on doit aussi que les vêtements donnés correspondant aux données de la liste.

2.2.3.2 Le département restauration

a. Restaurant

Pour la chère et aimable clientèle l'hôtel mettent à leur disposition un restaurant gastronomique, pour ravir leurs papilles avec une carte composée, de mets exceptionnels et succulents. Ainsi il dispose d'un petit salon, pour les heures de détente « pause-café, thé, glaces faites maison....» tout ça, dans une atmosphère conviviale et noble à la fois. Ouvert pour tous les clients résidents et non-résidents.

Disponibilité de wifi au niveau du salon et restaurant.

Cuisine : haute gastronomie familiale, (gastronomie française, orientale et maghrébine).

■ Les horaires d'ouverture du restaurant

- Petit déjeuner de 06h à 10h ;
- Déjeuner de 12h à 15h ;
- Diner de 19h à 22h.

Il est dirigé par un maître d'hôtel qui est chargé de répartir les travaux, son personnel et fixe les horaires de travail.

b. La cafétéria-cave

La cafétéria est une structure chargée de la préparation et, du débit des petits déjeuners des locataires des chambres. Elle est composée juste d'un chef cafetier, son rôle est de déterminer dans les points ci-dessous :

- Responsable gestion de la cafeteria ;
- En relation constante avec la réception.
- Prépare la mise en place pour le service ;
- Responsable de l'hygiène et propreté de son lieu de travail.

3. Le personnel d'encadrement de l'hôtel « ITTOURAR » de Tizi-Ouzou

Le travail du personnel est si important dans tous les secteurs économiques, il est essentiel dans les entreprises de main-œuvre et primordial dans l'exploitation des établissements de l'industrie hôtellerie ou doit s'exercer, non seulement par son habilité professionnelle, mais encore par son rôle humain au sens psychologique du terme.

3.1 La direction générale

3.1.1 Le directeur de l'hôtel

Le directeur d'hôtel est un cadre supérieur qui assume dans une mission plus ou moins large, le commandement de l'ensemble des unités de la chaîne, tous ou partie des responsabilités de celle-ci, concernant l'établissement.

Ses pouvoirs sont fixés lors de rédaction de son contrat d'engagement, peuvent être très étendus et englober, sous le contrôle de l'autorité au sommet de l'entreprise, l'intégralité des missions d'un chef de l'entreprise dans tous les compartiments de ses interventions internes et externes, sont plus ou moins limitées à une compétence technique et commerciale, en fonction de l'organisation de la chaîne et aux compétences attribuées par l'autorité au sommet à d'autres collaborateurs, tel que le conseil administratifs.

Le directeur d'un hôtel doit, comme tout chef d'entreprise, de quelque potentiel que ce soit, être qualifié pour (prévoir, organiser, commander, coordonner et contrôler). Il a charge de guider l'ensemble de ses personnels et sa mission primordiale le place constamment au contact avec une clientèle.

3.1.2 La direction de l'hébergement

3.1.2.1 Le directeur hébergement

Le directeur d'hébergement est responsable de la source principale des revenus de l'hôtel (chambres). Il contrôle, en collaboration avec les responsables du service, la qualité des

prestations et la bonne organisation des services. Il dirige le personnel des étages et de la réception, et participe à leur recrutement et à leurs formations.

Le directeur de l'hébergement est, comme le directeur, un homme polyvalent qui doit avoir de solides connaissances en gestion, en commerce et l'expérience du terrain. Il est aussi un homme d'initiatives : il se doit d'innover pour améliorer les résultats de son établissement.

3.1.2.2 Le chef de réception

Le chef réception est responsable du service d'accueil-réception de l'hôtel,

- Qui prend en charge les clients dès leur arrivée ;
- Il facilite le déroulement de leur séjour ;
- Assure les demandes de services divers.
- Encaisse les règlements au départ des clients.

Le chef de réception est :

- Responsable sur l'organisation de son service.
- Supervise et contrôle le travail de réception en fonction des normes et des procédures.
- Met en place l'organisation administrative de son organisation.
- Classement et archivage des documents de réception.. ..etc.

Le chef de réceptionniste doit être excellent dans le service (l'accueil) et d'une très bonne formation générale (la maîtrise parfaite deux langues étrangères dont l'anglais).

3.1.2.3 Le réceptionniste-caissier

- Le réceptionniste accueille les clients dès leur arrivée ;
- Il présente des prestations touristiques de la ville ou à proximité de l'hôtel ;
- Il effectue les modalités administratives du séjour puis il remet aux clients ;
- La clé de la chambre Le réceptionniste est également chargé du planning de réservations des chambres, Il renseigne les clients par téléphone sur les commodités de l'établissement et effectue les réservations ;
- Connaissant parfaitement l'état d'occupation et le remplissage de l'hôtel et les mouvements d'arrivées et de départs.
- Il indique au personnel des étages les chambres à préparer, lors des départs des clients ;
- s'assure que leur encaissement et règlement ;
- Par la qualité de son travail ;
- Il doit avoir un sens certain de l'accueil.
- Une prestation impeccable et une bonne dose de sang-froid.

Homme de contact, il est nécessairement très organisé : il doit assurer une présence physique permanente à l'accueil, tout en prêtant attention au déroulement interne de l'hôtel.

En ayant ainsi l'œil surtouts, il sait à tout moment de la journée combien il reste des chambres libres et s'il faut prévoir du personnel en extra pour accueillir un groupe important.

3.1.2.4 Le veilleur de nuit (night audit)

Les réceptionnistes sont souvent appelés à se succéder derrière le comptoir et à travailler en décaler.

Mais à partir de 23heures, la direction de l'hôtel fait appel à un veilleur de nuit, plus souvent appelé « night audit», on demande au night audit, d'accueillir la clientèle, d'enregistrer les arrivées et aussi de veiller à la sécurité des dormeurs.

Au petit matin, le night audit passera le relais à un réceptionniste. Il devra être en mesure de lui dire tout ce qui s'est passé dans la nuit et de lui faire part des demandes particulières des clients (un taxi à commander, un petit déjeuner à apporter exceptionnellement dans une chambre...).

Qualité essentielle à ce poste et dans ces conditions de travail : le "night audit" doit en effet avoir assez de présence d'esprit pour prendre rapidement les bonnes décisions en cas de problème. Il faut aussi supporter de travailler seul et de nuit, ce qui n'est pas toujours réjouissant.

3.1.2.5 La gouvernante générale

- La gouvernante générale, dirige, encadre, coordonne et contrôle le travail du personnel, chargé de nettoyage et de l'entretien de l'établissement (femmes de chambre, lingères.etc.) ;
- Vérifie la propreté des chambres et des parties communes (couloires, escaliers.), leur agencement et la maintenance des installations et du mobilier ;
- Gère les stocks des produits et fournitures (linge en particulier) nécessaires à l'activité de l'équipe ;
- Peut s'occuper des achats de produits et matériels ;
- Forme et anime le personnel d'étage suivant son niveau de responsabilités ;
- Peut assurer le recrutement, la gestion du personnel et la gestion du budgétaire.
- Peut être amené à gérer une buanderie intégrée.

3.1.2.6 La femme de chambre

- La femme de chambre est responsable de maintenir en parfait état de propreté les

chambres des clients, les sanitaires et les locaux communs ;

- Elle nettoie la chambre et les salles de bain, change les draps, et si c'est nécessaire, remplit le minibar. Elle entretient les parties communes des étages ;
- Les femmes de chambres d'hôtel «ITTOURAR» travaillent le matin de 07 heures à 15 heures, et presque toujours en absence de la clientèle ;
- Elle ne ménage pas ses efforts, elle connaît les bons gestes et la meilleure façon d'utiliser ses outils et ses produits et comment s'organiser pour travailler rapidement, une femme de chambre ne passe pas de 15 à 20 minutes par chambre.
- Enfin, une bonne femme de chambre est discrète et honnête, nettoyer une chambre donne accès à l'intimité d'inconnus.

3.1.2.7 Le chef lingerie

Le chef lingère : est responsable de l'entretien du linge de l'hôtel (les draps et serviettes des chambres) et (les nappes, serviettes, le linge du restaurant).

Et parfois les uniformes du personnel, elle registre et comptabiliser le linge sale qu'elle reçoit, puis le transmet à la buanderie pour le nettoyage.

Lorsqu'elle réceptionne le linge propre, le chef lingerie l'enregistre, le contrôle effectue les retouches de coutures éventuellement nécessaires, puis le redistribue au personnel concerné.

Le chef lingerie est également responsable des vêtements confiés par les clients à la lingerie, qu'elle lave puis repasse.

Ses qualités principales : organisé, et perspicace, doté bonne condition physique.

a. La direction restauration

3.2.1 Le directeur de restaurant

- Le directeur du restaurant dirige, coordonne et supervise toutes les activités du restaurant ;
- Il est responsable de la gestion financière et de la définition des tarifs appliqués dans l'hôtel ;
- Il est également chargé du recrutement et de l'organisation du travail de personnel ;
- Il supervise le travail en cuisine même s'il le délègue à un chef de cuisine ;
- En accord avec ce dernier, il gère les approvisionnements au jour ;
- Les aménagements des lieux et la fourniture de linge font partie de son travail d'organisation, le même que le recrutement du personnel, sa formation, la mise au point des plannings et la répartition du travail en salle.

- Il peut être à négocier et à organiser des réceptions dans son établissements et même à l'extérieure s'il accepte des prestations en extra.

Le directeur de la restauration est un homme polyvalent qui doit avoir à la fois des solides connaissances en gestion, un savoir-faire commercial et une solide expérience du terrain.

3.2.2 Maitre d'hôtel

- Le maitre d'hôtel officie bien dans un restaurant, plus précisément à l'accueil ;
- Il est en salle à l'égale du chef en cuisine ;
- Il accueille les clients à leur arrivée ;
- Les dirige vers le vestiaire ;
- Les places à leur table selon leurs souhaits ;
- Les installent avant de laisser la place au chef de rang ;
- Mais il ne se contente pas de ce rôle d'accueil ;
- Il est le "super intendant" de la salle : il est le chef de tout le personnel de salle ;
- Il organise et contrôle le travail de chacun ;
- Le maitre d'hôtel participe généralement au recrutement et à la formation des commis, serveur et chef de rang ;
- Il connaît parfaitement bien l'organisation interne du restaurant ;
- Il doit présenter, au moins, aussi bien que ses chefs de rang, un savoir-faire prévue de psychologie pour comprendre les attentes des consommateurs et maîtrise une ou plusieurs langues étrangères pour pouvoir s'adapter à sa clientèle.

3.2.3 Le chef de rang

Les serveurs et les commis sont encadrés par des chefs de rang, qui sont eux-mêmes dirigés par un maître d'hôtel. Le chef de rang a la responsabilité d'un rang de salle (d'un regroupement de tables).

Il organise et surveille la qualité de travail de son personnel. Une fois la "la mise en place" de la salle effectuée, il vérifie que rien ne manque. Il est ailleurs un excellent serveur : il maîtrise toutes les techniques (de présentation, de découpage...) sur le bout des doigts.

Le chef de rang doit avoir, comme son nom l'indique, carrure d'un chef : il sait animer son équipe, la motiver, veiller à ce que son organisation soit efficace pour toujours proposer un service frisant l'excellence.

3.2.4 Serveur

- Le serveur est affecté au service de tables précises ;
- La salle est en effet divisée en carrés, eux-mêmes divisés en rang de tables, pour faciliter le service ;
- Le serveur prépare les tables qui lui sont attribuées.
- Il dresse le couvert selon un code très précis s'assure que rien ne manque ;
- Quand un client s'installe à l'une de ses tables, il prend la commande et sert les plats en faisant la navette de la salle à la cuisine.
- Une fois le repas terminé, il apporte la note et encaisse la facture puis dessert la table et la prépare pour une nouvelle arrivée ;
- Le serveur doit également accueillir les clients quand ils arrivent. Et comme la qualité de l'accueil a presque autant d'importance que ce qui est servi ;
- Le serveur doit avoir de la mémoire pour ne pas oublier une commande en route, et le coup d'œil pour vite repérer ce qui manque sur une table ou un client que l'on n'a pas encore servi.

Un bon serveur doit aussi savoir faire preuve de sang-froid pour gérer les "coups de chaud", inévitables aux heures de pointe des repas.

3.2.5 Chef de cuisine

Le chef de cuisine est à la fois un très bon cuisinier, il est derrière les fourneaux pour réaliser les plats les plus complexes, et un chef. Ce qui veut dire qu'il est le maître dans sa cuisine. En collaboration avec le directeur de la restauration. Le gérant ou le propriétaire du restaurant, il décide de la carte, il élabore les menus, il supervise l'achat des produits (parfois avec l'aide d'un économiste). Comme la réalisation des plats et, surtout il est celui à qui toute la brigade, du commis au second, doit obéir. C'est lui qui recrute (en collaboration avec la direction) et forme l'ensemble du personnel de cuisine.

Mais le chef est aussi un gestionnaire, il doit élaborer une cuisine rentable, à la fois créative sans être ruineuse, savoir choisir et stocker les produits sans gaspillage et en respectant les normes d'hygiène, privilégier les produits de saison qui sont alors moins chers, entretenir des relations commerciales avec les fournisseurs ou encore participer à la promotion de l'établissement.

3.2.6 Commis de cuisine

Le terme de commis de cuisine désigne à la fois un statut, celui débutant, et une fonction, "celui qui aide". Ainsi, la place de commis correspond-elle à l'échelon de base de la

hiérarchie en cuisine. Le commis exécuté des taches simples : ranger les provisions, éplucher les légumes, laver les salades, préparer les garnitures... etc.

Les fonctions du commis dépendent en fait étroitement de l'organisation de l'équipe en cuisine, le commis doit être observateur et obéissant, il ne doit jamais oublier qu'il est là pour apprendre. Il doit faire preuve de motivation.

En fin, le commis doit se montrer capable de travailler en équipe.

3.3 Missions de l'hôtel «ITTOURAR»

L'hôtel «ITTOURAR» a pour missions de fournir toutes les prestations liées aux activités de restauration et d'hébergements, ainsi que celles habituellement assurées à l'occasions des réceptions, conférences, séminaires, congrès ...etc.

3.3.1 Objectifs de l'hôtel «ITTOURAR»

Dans le cadre du plan national de développement économique et social l'hôtel a des objectifs bien précis dont les principaux axes sont :

- La satisfaction des clients ;
- La rentabilité de l'entreprise ;
- La contribution à la promotion touristique.

L'amélioration de la qualité de la prestation de service, de façons a attiré le maximum des clients possibles.

- La création d'emplois.

3.3.2 Les clients qui fréquentent de plus l'hôtel «ITTOURAR»

- Les clients de l'entreprise ;
- Les clients d'affaires ;
- Les touristes ;
- Les clients de séminaires, conférences et autres manifestations.

Section 2 : **Analyse des facteurs travail au sein de l'hôtel «ITTOURAR»**

Dans cette section, nous entamerons la méthodologie de notre enquête de facteur travail dans l'hôtel «ITTOURAR».

1. La démarche méthodologique de l'enquête

Dans cette partie, nous allons décrire la méthodologie de la recherche suivie et les procédures adaptées tout au long de notre étude, afin de recueillir et concrétiser les informations nécessaires à la recherche.

Nous avons suivi une démarche qualitative qui consiste à utiliser un guide d'entretien semi structuré destiné aux différents responsables et personnels de l'hôtel ITTOURAR. Son but est de comprendre le rôle du facteur travail et comment ce facteur peut devenir un facteur clé du succès.

1.1 Recherche qualitative : les entretiens

Les méthodes d'entretien sont fondées sur deux courants de pensée qui ont connu d'importants développements dans les années cinquante : les travaux de Rogers (1959) portant principalement sur la personnalité et les relations interpersonnelles et ceux de Lewin (1965) portant sur le changement social et la prise de décision collective.

Nous menons une étude qualitative auprès de clients d'hôtels afin d'appréhender les propositions de valeur hôtelière. Celle-ci a pour objet de documenter les caractéristiques empiriques du secteur hôtelier à partir de l'expérience de sa clientèle et de ses employés pour adapter les items de la littérature ou de générer des items cohérents. Pour cela, un guide d'entretien est établi à partir de la littérature en marketing traitant de la qualité, de la productivité, mais celles aussi relatives aux services hôteliers et touristiques (Pulh, 2002 ; Aurier & al., 2004 ; Filser & Plichon, 2004 ; Mencarelli, 2005 ; Gallarza & Gil Saura, 2006 ; Robinot, 2007 ; Wilkins et al., 2007 ; Filser, 2008a ; Bonnefoy- Claudet, 2011). Si les travaux sur le facteur travail sont nombreux (Sabadie, 2001), il apparaît que le concept de la motivation dans le domaine hôtelier a fait l'objet de peu d'exploration empirique (Iunius & Fraenkel, 2009).

1.1.1 Nature et objectifs des entretiens

Afin de mener à bien notre recherche, nous avons conduit une recherche documentaire où, nous avons puisé plusieurs sources d'information. Une fois la revue de la littérature portant sur la l'hôtellerie et le facteur travail a été établie, nous avons mené une étude

qualitative auprès de quelques acteurs et responsables de l'hôtel ITTOURAR en effectuant des entretiens semi structurés à l'aide d'un guide d'entretien (Balfet, 2001, p. 58).

Cette approche qualitative avait un double objectif, d'abord celui d'affiner les hypothèses de recherche et ensuite faire émerger une batterie d'items qui vont servir à comprendre les motivations du facteur travail.

L'échantillon étudié est constitué des professionnels hôteliers des différents niveaux hiérarchiques issus de l'hôtel ITTOURAR, et nous avons retenu la méthode de saturation théorique pour déterminer la taille de l'échantillon (Romelaer, 1998). Ces entretiens nous ont permis de répondre aux trois problèmes d'étude majeurs, il s'agit :

-De comprendre le rôle du facteur travail ;

-De comprendre comment la qualité du travail est définie par les professionnels ;

-De quelle manière cette perception est influencée par la position hiérarchique de la personne interrogée ;

Les entretiens nous ont permis de dégager les dimensions les plus pertinents pour notre travail, de comprendre la motivation des employés selon les différents niveaux hiérarchiques et de définir les facteurs sur lesquels nous pouvons nous appuyer pour favoriser l'articulation entre la motivation et la productivité.

A cet effet, nous avons choisi de mener des entretiens semi-structurés à partir d'un guide d'entretien, suivant les dimensions identifiées dans la recherche littéraire, dans le but d'apporter plus de précisions et d'informations sur les items de notre modèle de recherche.

Nous avons interrogé aléatoirement des employés, managers et directeurs appartenant à des différents départements. Ces entretiens nous ont permis d'avoir une vision plus précise du processus et de comprendre les nécessités à venir, ils nous ont permis de confirmer certains points critiques et problèmes, et nous ont également donné des pistes sur lesquelles nous avons pu affiner nos hypothèses de recherche.

1.1.2 Résultats relatifs au modèle qualité de service

L'étude qualitative est conduite auprès de 34 entretiens semi-directifs avec la méthode du face à face. L'échantillon constitué est composé de personnes aux âges et sexe exerçant

dans l'établissement ITTOURAR au cours de l'année 2022 Le tableau ci-dessous résume les caractéristiques de notre échantillon qui reste néanmoins un échantillon de convenance.

Tableau 4:Caractéristiques de l'échantillon de l'étude

	Nombre de personne	En %
Sexe :		
Femme	14	41,2%
Homme	20	58,8%
Age :		
18-24	4	05,2%
25-34	4	05,2%
35-49	10	36,8%
50-64	11	42,1%
65 et plus	5	10,5%
Profession :		
Directeur et managers	5	14,7%
middle	11	32,4%
in-line	18	52,9%

Source: Établi à partir de l'exploitation des données des entretiens en utilisant Excel.

1.1.3Élaboration du guide d'entretiens

Nous avons structuré nos guides d'entretiens en suivant les différentes dimensions définissant la perception de la productivité et de la qualité, sous forme de questions ouvertes. Ce guide d'entretiens s'est organisé en entonnoir (du général au particulier) :

-La première partie sert d'introduction au sujet et permet d'expliquer la composition de l'entretien. Ainsi, l'interrogé sera plus apte à comprendre l'objectif global de l'entretien ;

-La partie suivante concerne les questions liées à l'importance et rôle du facteur travail. Il s'agit de savoir si pour les interlocuteurs ces facteurs ont un impact sur leur perception ;

-Une dernière partie nous permet de conclure l'entretien et de récapituler ce qui a le plus d'importance et d'impact sur la motivation du personnel ;

Pour nos entretiens, nous avons opté pour une technique d'échantillonnage non probabiliste, à vrai dire, un échantillon de convenance. En effet, nous avons pris sept service et dans chaque service, nous avons interrogé à chaque fois trois niveaux hiérarchiques, de manière à respecter encore une fois notre matrice d'étude, à savoir : top manager (cadres), middle (maitrise) et in line (exécution).

1.1.4 Traitement du guide d'entretiens

Afin de collecter les données des différents entretiens, nous avons établi un guide méthodologique qui récapitule la synthèse des entretiens de chacun des établissements avec les trois niveaux hiérarchiques, pour chaque question. Pour ce qui concerne les entretiens avec les clients, nous avons adopté la même grille et nous l'avons établie par établissement hôtelier.

Tableau 5: Grille d'analyse des entretiens

Questions	Hôtel 1			Hôtel 2			Hôtel 3			Synthèse horizontale
	Top	middle	In-line	Top	Middle	In-line	Top	Middle	In-line	
1										
2										
N										
Synthèse verticale										Synthèse globale

Source : (Iunius & Fraenkel, 2009, p. 44)

A partir du tableau de synthèse générale, nous avons pu faire deux types d'analyses lexicales : verticale et horizontale.

-Analyse verticale : Elle correspond à un traitement des données intra-interview, c'est-à-dire, conduit au sein d'une même interview. Il s'agit de voir comment le répondant a abordé l'ensemble des questions prévues dans la grille. Cela nous a permis d'établir une fiche de synthèse pour chaque interview.

-Analyse horizontale : Elle correspond à une analyse transversale qui a pour but d'établir comment chaque élément figurant dans la grille a été abordé par l'ensemble des interrogés.

Puis nous avons quantifié nos résultats selon la fréquence d'apparition des mots utilisés par les interrogés. Pour ce faire, nous avons dans un premier temps identifié les mots les plus récurrents dans les interviews et nous les avons organisés selon les dimensions de nos variables que nous avons déjà identifiées dans la littérature.

Cette analyse consiste à comptabiliser le nombre de fois où les thèmes ont été évoqués par un même interviewé (analyse verticale), ou sur l'ensemble des interviewés (analyse horizontale).

1.1.5 L'objectif de l'étude

Les objectifs de notre étude du facteur travail à l'hôtel « ITTOURAR », sont comme suit :

- Comprendre l'impact du facteur travail sur la performance globale d'une entreprise hôtelière et mesurer la satisfaction des clients vis-à-vis des services proposés par l'hôtel «ITTOURAR»
- Identifier les défis et les opportunités spécifiques liés à la gestion du facteur travail dans l'industrie hôtelière.

1.2 Guide d'entretien

Afin de mener bien notre étude, nous avons procédé à un questionnaire sous forme d'entretien destiné au responsable des ressources humaines et au personnel de l'hôtel «ITTOURAR» Tizi-Ouzou nouvelle. Cet entretien concentre sur le facteur travail dans l'hôtel «ITTOURAR» Tizi-Ouzou.

1.2.1 Retranscription des entretiens

Q1 : Quelle est l'importance du facteur travail dans le fonctionnement global de l'hôtel ITTOURAR ?

R1 : Le facteur travail est essentiel pour le bon fonctionnement de notre hôtel. Nos employés sont tous des acteurs clés dans la prestation de services à nos clients. Leur engagement, leur professionnalisme et leur efficacité ont un impact direct sur la satisfaction des clients et donc sur la réputation de notre établissement.

Q2 : Comment sélectionnez-vous et recrutez-vous votre personnel à l'hôtel ITTOURAR ?

R2 : Nous publions des offres d'emploi et recevons des candidatures. Nous organisons des entretiens. Nous accordons une grande importance aux qualités personnelles telles que les capacités à travailler en équipe et le sens du service à la clientèle.

Q3 : Comment formez-vous et développez-vous les compétences de vos employés ?

R3 : Nous avons un programme de formation continu : des séances de formation interne sur divers sujets tels que le service à la clientèle, les techniques de communication, ... Aussi les encourager à participer à des programmes de formation externe, des séminaires et des ateliers pour se tenir au courant de dernières tendances ;

Q4 : Comment l'hôtel ITTOURAR favorise-t-il un environnement de travail positif et motivant ?

R4 : Plusieurs initiatives : programmes de reconnaissance tels que des récompenses et des avantages spéciaux pour ceux qui démarquent par leur performance exceptionnelle et possibilité d'évolution de carrière ;

Q5 : Comment évaluez-vous la performance de vos employés ?

R5 : On les évalue selon de critères prédéfinis : l'efficacité au travail, le respect des normes de service, l'attitude professionnelle et la satisfaction des clients. Les évaluations sont effectuées lors d'entretiens individuels, des feedbacks constructifs.

Q6 : quels sont les défis auxquels vous êtes confrontés en termes de gestion du facteur travail ?

R6 : L'un des défis majeurs est de maintenir un haut de niveau de motivation et de satisfaction chez nos employés. L'entreprise hôtelière peut être exigeante avec des horaires de travail variables et stressants. La rétention des talents est également un défi car il peut y avoir une concurrence pour attirer les professionnels qualifiés.

Q7 : Quel impact le facteur travail a-t-il sur la satisfaction des clients de l'hôtel ITTOURAR ?

R7 : Le facteur travail a un impact direct sur la satisfaction des clients. Lorsque nos employés sont engagés, compétents et bien formés. Ils sont en mesure de fournir un service de qualité et de répondre aux besoins des clients. Un personnel amical, professionnel et attentif crée une expérience positive pour nos clients qui contribue à leur satisfaction et à leur fidélité envers notre hôtel.

Q8 : Comment mesurez-vous l'impact du facteur travail sur la satisfaction des clients ?

R8 : plusieurs indicateurs utilisés : des sondages de satisfaction réguliers, des commentaires et des évaluations en ligne ainsi que des taux de fidélisation et recommandations.

Q9 :Pouvons-nous avoir un pourcentage de fidélisation ?

R9 : oui, plus de 62% des clients sont fidèles à notre hôtel contre 38%.

Q10 : Travaillez-vous avec les partenaires externes pour améliorer la qualité de votre établissement ?

R10 : Non, pas du tout.

Q11 : Est-ce-que vous avez déjà participé à des concours afin de faire reconnaître la qualité de votre établissement ?

R11 : Oui, on n'a participé à :

- Concours de cuisine de poisson à SKIKDA où on a été récompensé ;
- Top chef en 2013 on a gagné 100 millions ;
- Concours de cuillère d'or à TIZI-OUZOU.

Q12 : Quelle est votre fonction dans cet établissement ?

R12 : Responsable des ressources humaines.

Q13 : Quelle-est le nombre d'étoiles de votre établissement ?

R13 : 2 (deux) étoiles

1.2.2 Analyse de contenu

Les entretiens menés avec le personnel de l'hôtel ITTOURAR ont eu pour but de faire émerger et identifier des items qui expriment leur perception.

Effectivement, en discutant avec nos différents interlocuteurs, nous avons pu recueillir leurs sentiments et leurs opinions sur le sujet, généralement en fonction de leurs propres expériences et connaissances. Et c'est clair, car dans la littérature, la perception s'exprime par le ressenti de chaque personne (Fernane, 2022).

Les entretiens semi-directifs menés auprès de 34 personnes dont 8 personnes de niveau top manager (directeurs et managers), 8 personnes de niveau middle (DRH, responsable des

moyens et formation, responsable commercial et marketing) et 18 personnes de niveau in line (réceptionnistes, chef de cuisine, chef de rang), ne servent pas à aboutir à un consensus mais plutôt à apporter des informations sur les éléments de service attachés principalement aux dimensions issues de la perception et l'importance et motivation du facteur travail. En effet, il s'agit de déterminer :

- le style de management le plus approprié pour cet hôtel ;
- l'environnement de travail le plus adéquat qui offre les meilleures conditions aux employés;
- L'impact des avantages financiers et en nature sur le niveau de motivation des employés;
- Comment les relations interpersonnelles peuvent jouer un rôle important pour le bon fonctionnement de l'hôtel.

Le nombre de personnes interrogées a été retenu afin de satisfaire le critère de saturation de l'information. À l'issue de ces 34 entretiens, nous avons considéré que la redondance des informations données par les répondants permettait d'avoir un aperçu relativement complet des propositions de valeur sur l'hôtel ITTOURAR. Les entretiens se sont déroulés entre septembre et décembre 2022 et leur durée moyenne était de 25 minutes.

Nous avons scindé en deux parties l'analyse des entretiens semi directifs. Tout d'abord, nous présenterons une analyse thématique (identifier les thèmes les plus récurrents) puis nous analyserons leurs fréquences.

1.2.2.1 Analyse thématique

Ce point sera consacré aux traitements des réponses des personnes interrogées.

a. Relations interpersonnelles

Le personnel semble particulièrement attaché à une bonne entente, que ce soit d'un point de vue vertical ou horizontal dans la structure hiérarchique de l'hôtel. L'harmonie permet une communication simplifiée qui amène les employés à avoir un esprit ouvert et détendu. Ces éléments peuvent être rattachés à une dimension que nous qualifierons de « relations interpersonnelles ».

Les employés se sentent motivés à se rendre au travail, en sachant qu'ils n'y trouveront pas de tensions entre collaborateurs. La bonne ambiance a donc une influence très positive sur le rendement du facteur travail, aussi bien quantitative que qualitative.

b. Caractéristiques individuelles

La santé, les problèmes familiaux, l'humeur et la motivation, des variables rattachées à la dimension « Caractéristiques individuelles », ont été soulevés à plusieurs reprises par le personnel. En théorie, il faudrait différencier la vie privée de la vie professionnelle et ne laisser aucun de ses problèmes, qu'ils soient de santé, d'humeur ou familiaux, transparaître devant les collègues ou les clients.

Toutefois, d'un point de vue pratique, il est impossible de ne pas être affecté durant son travail par ce type de facteurs. Cependant, l'analyse met en évidence que «... *l'expérience du métier permet, avec le temps, de ne pas se laisser submerger au travail par ses problèmes individuels* » (B4). Ces derniers sont vus comme étant « *de moindre importance par rapport à l'état de santé physique pouvant rendre la personne réellement moins productive, voire non productive ...* » (B2).

c. Bonus et autres avantages

Les bonus et les avantages ainsi que la formation interne sont des privilèges à ne surtout pas négliger pour motiver ses employés et les rendre plus productifs.

La formation continue a été mentionnée par tous les niveaux hiérarchiques, mais les managers la considèrent comme étant trop onéreuse si elle s'effectue en externe.

Il ressort également de ces entretiens qu'un avantage offert aux personnels de manière continue va devenir pour lui une habitude et un dû qu'il n'appréciera plus à sa juste valeur. Une récompense inattendue et ponctuelle sera une source de reconnaissance et de motivation supplémentaire. Les directeurs et managers trouvent que la formation interne est une source de motivation incontournable car elle influence d'une manière positive la productivité. Ils la préfèrent par rapport à la formation externe puisqu'elle génère moins de coûts.

d. Environnement de travail

Il est vrai que lorsque ce facteur est pris en considération par la direction, cela permet une meilleure gestion de temps, de flexibilité et fait éviter, par conséquent, des tensions inutiles. Le matériel inadéquat ou en insuffisance ou des locaux inadaptés quant à leur

structure ou leur taille sont source de tensions pour les employés qui vont ainsi amoindrir leur productivité.

e. Style de management

Ce facteur est passablement cité par les personnes interrogées à différents niveaux, surtout celui relatif au contrôle des tâches et avoir une emprise trop forte sur les employés. Ces derniers peuvent de ce fait acquérir une certaine autonomie et prendre leurs responsabilités. De plus, l'atteinte des objectifs est considérée par les directeurs et managers comme étant une forme de productivité, et les résultats serviront, dans ce cas, comme moyens de contrôle. Toutefois, le personnel a exprimé un fort besoin de recevoir des feedbacks constants sur leur travail pour être plus productifs.

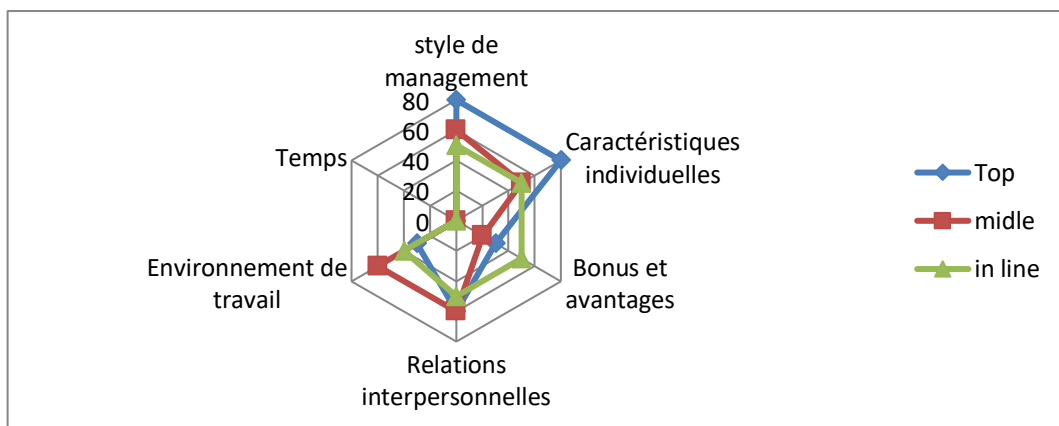
f. Temps de travail

Cette dimension n'a pas été mentionnée comme dimension importante de la productivité. Les responsables nous ont affirmé que « Être productif ne veut pas dire réaliser plusieurs tâches dans un laps de temps réduit mais de faire le travail convenablement ».

1.2.2.2 Analyse de la fréquence

Le graphique ci-dessous nous renseigne sur l'importance des dimensions d'après leur fréquence d'apparition.

Graph 1: Importance des dimensions en fonction de la fréquence d'apparition



Source : Établi à partir de l'exploitation des données des entretiens en utilisant Excel

Les cadres sont plus intéressés par les résultats obtenus que par le bon respect des procédures, la dimension bonus et environnement de travail les intéressent beaucoup moins. A cet effet, la dimension « style de management » a été davantage la plus mentionnée. Ensuite, viennent les caractéristiques individuelles avec une fréquence de 80% qui, d'après les

directeurs et manager de l'hôtel, est une dimension qui impacte directement la qualité du travail. Pour ce qui concerne les relations interpersonnelles, le directeur essaie de donner l'exemple et de passer du côté opérationnel durant les périodes de fortes influences.

Pour le middle management, nous constatons que l'importance se retrouve dans l'autonomie que les managers peuvent avoir dans leur travail, tout en étant bien informés de leurs tâches. Ils considèrent également que la formation interne est nécessaire surtout lorsqu'une nouvelle technologie est utilisée et que cette dernière est difficile à appréhender.

Les employés in-line, sont beaucoup plus préoccupés par leur salaire et les avantages dont ils peuvent bénéficier. La manière de gérer leur travail ainsi que les résultats de l'hôtel les intéressent beaucoup moins que le bon accomplissement de leur tâche. Pour eux, la satisfaction du client est la manière de vérifier si leur travail est réalisé correctement ou pas.

2. Synthèse de l'étude qualitative exploratoire

L'étude qualitative exploratoire nous a permis d'appréhender la spécificité de la qualité et de la productivité dans le secteur hôtelier algérien relevant de l'univers du luxe.

Nous avons clairement constaté, à travers nos entretiens, que les employés, quant à eux, placent la reconnaissance au travail, l'environnement de travail, les relations interpersonnelles, le climat de travail et le style de management comme éléments fondamentaux et déterminants de leur productivité.

Au cours des entretiens, nous avons pu retenir quelques paramètres tels que les délais d'attente, délais de réponse, les réclamations, relations interpersonnelles, esprit d'équipe, esprit d'entreprise, les avantages financiers et les formations.

2.1 Analyse des résultats du facteur travail de l'hôtel «ITTOURAR»

- L'hôtel investit dans le développement professionnel de ses employés en leur offrant des opportunités de formation continue et d'avancement de carrière ;
- L'existence d'une communication transparente favorise la coordination des activités et permet de répondre rapidement aux besoins changeants des clients ;
- L'hôtel connaît une rotation fréquente du personnel qui pourrait être due à des problèmes de gestion ;
- Le personnel chaleureux, bien organisé, une bonne relation humaine, vigilant et souriant ;
- L'hôtel met l'accent sur la création d'un climat de travail positif où les employés se sentent valorisés, respectés et motivés ;

2.2 Les conditions indispensables à la réussite de l'hôtel «ITTOURAR»

Elles sont variées d'ordre technique, humain et organisationnel.

- Définir un objectif adapté/ réalisable ;
- Prendre en compte des réclamations ;
- Intéresser financièrement le personnel;
- L'esprit d'équipe ;
- La contribution au développement des services en offrant une formation de qualité supérieure et complète en particulier pour les postes de la restauration, de l'hôtellerie et de l'hospitalité ;
- Exploiter les résultats des enquêtes ;
- Reconnaître et récompenser les performances exceptionnelles, les motiver ;
- Mettre en place des mécanismes efficaces de gestion des conflits.

Section 3 : Synthèse des résultats, difficultés et recommandations

Cette section a pour but de présenter les principales conclusions que nous avons abouti au cours de notre étude exploratoire ainsi que les différents problèmes et difficultés que nous avons rencontré pour le mettre en place.

1.Principaux résultats

Nous avons constaté que le directeur de l'hôtel ITTOURAR est plus intéressé par les résultats obtenus et il considère la dimension style de management et les caractéristiques individuelles comme déterminants essentiels de la performance du facteur travail dans ce secteur. La dimension environnement de travail et avantages en nature les intéressent beaucoup moins. En fin, les relations interpersonnelles est une dimension à forte importance et déterminante pour le PDG de l'hôtel. Pour le middle, nous avons constaté que le style de management (autonomie, tâches précises, polyvalence) les intéressent beaucoup plus. Et ils considèrent que la formation interne est un élément très déterminant pour améliorer le niveau de la qualité de travail des employés. Les employés de niveau hiérarchique in line, par contre, sont beaucoup plus préoccupés par le salaire et les avantages de toute nature. Le style de management, les équipements, les relations interpersonnelles les intéressent beaucoup plus moins. La performance du facteur travail, pour eux, est vérifiée par la satisfaction client. Cependant, bien que son rôle soit central dans l'exécution de la prestation hôtelière, il est généralement situé à des niveaux hiérarchiques bas avec un faible salaire. Les avantages inadéquats, les mauvaises conditions au travail ou encore les mauvaises attitudes au travail expliquent le turn over aussi élevé dans ce secteur.

Un autre constat soulevé lors des entretiens, relatif aux employés saisonniers qui, par leur nature de recrutement, engagés pour faire face aux besoins saisonniers. Cette politique peut servir, dans le court terme, à résoudre des problèmes de productivité mais en contrepartie, vu le manque de formation et d'expérience de cette frange, cela peut porter atteinte à la qualité de service global.

La formation est un autre facteur soulevé surtout par les réceptionnistes. Cette variable, quant à elle, augmente la polyvalence qui, à son tour, déteint positivement sur la flexibilité et la productivité totale du personnel. L'étude de cas d'hôtel ITTOURAR nous a montré encore un fait prépondérant, qui stipule que la flexibilité n'est pas seulement un

facteur de motivation et de satisfaction des employés, mais aussi et surtout, un facteur d'une importance majeure pour l'amélioration de la qualité.

Le facteur temps a en effet, une importance majeure pour mesurer la qualité et la productivité. Alors que, les clients, pour la plupart, ont souligné leur mécontentement par rapport aux temps d'attente parfois trop importants, notamment au niveau de la réception, de la conciergerie, et au niveau des salles à manger, force est de constater que les employés et, parfois même, les managers, ne donnent pas assez d'importance à cette dimension, considérant que le style de management, la nature de la motivation et les relations interpersonnelles, sont plus significatives et explicatives dans leur comportement au travail. Lors de nos entretiens nous avons, à titre d'exemple, constaté qu'au niveau des portiers, des bagagistes, des réceptionnistes et concierges, un manque flagrant de fluidité et de coordination dans le processus de réception des clients. De même, plusieurs clients ont soulevé une insuffisance notable du nombre de personnes affectées à ces postes, 45% étant d'accord sur la nécessité d'augmenter significativement les effectifs des personnels en question en insistant toutefois sur la qualité de l'accueil qui généralement fait défaut au niveau de la réception.

Le rôle des technologies dans ce processus nous semble également important pour améliorer la qualité de l'accueil tant l'aménagement et l'ameublement des espaces de réception peuvent jouer un rôle clé dans l'aisance de la gestion du processus d'accueil. L'adoption d'un système électronique de gestion des arrivées pourrait, à titre d'exemple, remédier aux problèmes de confusions et de désordres entre les départements concernés par l'accueil des clients. Mais son apport reste faible comparativement à celui de la motivation .

Le temps et l'innovation jouent un rôle important lors de l'implémentation d'un nouvel outil technologique. Ce dernier ne doit pas simplement être mis à la disposition des employés, ces derniers devant d'abord suivre une formation permettant d'utiliser correctement cet outil. De plus, afin de maximiser l'utilisation de ces outils, le style du management doit être repensé (chaque rôle ainsi que toutes les hiérarchies doivent être revus).

Autre point soulevé lors de notre enquête : l'importance prédominante accordées par les femmes aux facteurs reconnaissance et progression dans la carrière, considérés comme essentiels. Ainsi, en suivant la théorie des besoins de Maslow, les systèmes de récompenses visant le dernier pilier de la pyramide (réalisation de soi) seraient conseillés. Le plus

important étant de permettre l'obtention d'une motivation intrinsèque pour les employés et de trouver des moyens de progression des personnes dans leur emploi. De plus, nous pouvons envisager des « jobs en largement » apportant des nouvelles tâches à réaliser, et des « jobs rotations » proposant de changer de tâches dans le même département. Pour l'apport du travail, les résultats obtenus nous indiquent que les hommes et les femmes sont sensibles à l'apport que leur procure leur travail. Selon la revue de la littérature, la satisfaction au travail connaît une corrélation avec la motivation (Roussel, 1996). Et d'après Vroom, les employés ne s'adonneront pas totalement à leur travail, s'ils n'ont pas la sensation que leurs efforts seront récompensés (Fernane, 2022).

Il est utile de souligner que n'importe quel travail de recherche se heurte à certaines difficultés. En ce qui nous concerne, nous pouvons soulever ce qui suit :

- Le problème d'accessibilité aux données liées essentiellement à la dimension facteur travail.
- Une autre difficulté réside dans le timing. En effet, la période des entretiens a coïncidé avec la période de forte activité. Les responsables évoquent à chaque fois leurs indisponibilités, un emploi du temps chargé suite aux réunions de travail pour répondre à nos questions. La plupart de nos déplacements pour la réalisation des entretiens se sont soldés par des ajournements ou reports de rendez-vous. La période de collecte des données a de ce fait allégrement débordé le temps qui lui fut initialement imparti.

Les résultats de cette recherche devraient donc être appréciés en tenant compte de ces aléas et de certaines limites qui, à l'évidence pourraient avoir un impact sur la validité externe des résultats de ce travail doctoral. Les items de ces deux variables latentes prises en compte dans ce travail, sont naturellement limitées, mais d'autres travaux visant à généraliser ce modèle dans divers contextes en explicitant les relations de causalité entre les diverses dimensions de la productivité sont, à l'évidence, nécessaires. Ces recherches complémentaires sont d'autant plus nécessaires que la structure de l'échantillon (enquête clients) interrogé, est limité (une représentation non significative de la clientèle étrangère) et par conséquent, non représentatif de la population que nous projetions d'étudier. Une autre limite réside dans le fait que nous n'avons pas traité la perception productive en termes de sexe. La prise en compte de cette variable est d'une importance capitale car les facteurs qui influencent la perception des employés du sexe masculin sont complètement différents de ceux du sexe féminin.

Ajoutons, que compte tenu des difficultés de travail auxquelles nous fumes confrontées, la mise en application du modèle de recherche sur le terrain a été un vrai défi. Le contexte s'est en effet révélé, tout au long des investigations, peu favorable au déroulement du travail. L'accès limité aux données, la fermeture des hôtels durant plus d'une année à cause du Covid-19, ont souvent compromis nos déplacements et de ce fait réduit, les entretiens en « face à face » indispensables dans ce type de recherche. Ceci réduit la possibilité d'extrapolation de nos résultats. En somme, les limites de notre recherche résident principalement dans sa validité externe. Il serait intéressant de répliquer cette recherche à des hôtels de différents gabarits.

2. Difficultés rencontrées sur le terrain.

De nombreuses difficultés nous ont rencontrés dans notre recherche sur le terrain ;

- Accès limité aux données, l'hôtel ne fournit pas toutes les informations dont nous avons besoin car certaines données restent confidentielles ou non disponibles
- Réticence à la participation, les employés de l'hôtel étaient réticents à participer à notre recherche en raison de la méfiance et de la peur d'implication personnelle ;
- Contraintes de temps, nous étions confrontés à des délais stricts pour mener notre recherche sur le terrain ;
- Une perception négative de l'objectif de cette étude. En effet, certaines ont perçu cette étude comme un contrôle, visant à faire une évaluation de la gestion de l'hôtel et de ses responsables pour les besoins d'une quelconque administration pour les autres ;
- Une absence de la culture de sondage et des enquêtes.

3. Suggestion et recommandations pour l'hôtel «ITTOURAR»

- Possibilité d'accueil en une langue étrangère.
- Accueillir le client de manière chaleureuse, souriante, dans une tenue vestimentaire élégante et soignée ;
- Le personnel de l'hébergement a des contacts permanents avec la clientèle à laquelle il doit fournir les prestations qu'elle est en droit d'attendre, (apparence physique, soignée, facilité d'expression, manières de courtoise, très bonne mémoire, sens de relation humaines, maîtrises des technique et connaissances des langues étrangères).
- Augmenter l'effectif du personnel : bagagiste, valet de veilleur de nuit, concierge..
- Améliorer la compétence du personnel par la formation ;
- Sensibiliser aux règles d'hygiène et de propreté.
- Favoriser une communication ouverte entre les différents départements de l'hôtel ;

- Offrir des équipements adéquats et s'assurer que les horaires de travail sont équilibrés.
- Etablir des plans de carrière clairs et fournir des possibilités de progression, de promotion et de mobilité au sein de l'hôtel ;
- Favoriser un bon équilibre entre le travail et la vie personnelle en offrant des politiques de congés flexibles, en encourageant les pauses régulières et en encourageant les employés à prendre soin de leur bien-être physique et mental ;

Pour conclure, ce travail ouvre la voie à de nouvelles recherches dont l'objet serait d'améliorer la modélisation de certains comportements, notamment ceux liés aux personnels des hôtels algériens. D'un point de vue professionnel, les travaux de recherche viseront à mettre en évidence certaines bonnes pratiques managériales permettant de concevoir et dresser à terme une grille référentielle permettant d'évaluer le plus objectivement possible la qualité du travail, comme c'est aujourd'hui le cas. Cette voie devra nécessairement s'accompagner de méthodes de recherche longitudinales, tant il paraît bien difficile de travailler de l'extérieur d'un terrain pour mettre en place une organisation combinant des impératifs de management et les motivations, souvent imprécises, des utilisateurs. La difficulté est d'autant plus grande, que les chercheurs ne disposent souvent pas d'outils de mesures spécifiés et acceptés de tous, permettant de valider, tout ou partie, d'un modèle de recherche.

Conclusion

Notre étude de recherche s'est portée sur le rôle du facteur travail dans l'entreprise hôtelière et comment ce facteur peut devenir un facteur clé du succès dans l'hôtel «ITTOURAR».

Après l'analyse des résultats obtenus par l'enquête et l'entretien, nous avons constaté que le personnel de l'Hôtel ITTOURAR joue un rôle essentiel dans l'expérience globale des clients. Le niveau de compétence, d'efficacité et d'engagement du personnel a un impact direct sur la qualité du service fourni, l'efficacité des opérations quotidiennes et, enfin de compte, la réputation de l'établissement.

De plus, nous avons pu identifier que la gestion des ressources humaines est un aspect crucial dans la maximisation du potentiel du facteur travail. Un recrutement et une sélection judicieux, une formation adéquate, des politiques de motivation et de reconnaissance - appropriées sont autant d'éléments qui contribuent à améliorer les performances du personnel.

En outre, la communication, la collaboration et la cohésion au sein de l'équipe sont également des facteurs déterminants pour une efficacité optimale du facteur travail. Un environnement de travail positif, où les employés se sentent valorisés et impliqués, favorise une culture d'entreprise positive et se reflète inévitablement dans la qualité du service offert aux clients. Pour conclure, le cas de l'Hôtel ITTOURAR nous a démontré que le facteur travail est un pilier essentiel du succès dans l'industrie hôtelière. Une gestion efficace des ressources humaines, combinée à un engagement fort de la part du personnel, peut faire toute la différence dans la satisfaction des clients, la fidélisation de la clientèle et la rentabilité de l'établissement. En valorisant et en investissant dans son capital humain, l'Hôtel ITTOURAR a l'opportunité de continuer à prospérer et à se démarquer dans un marché concurrentiel.

CONCLUSION
GENERALE

Conclusion générale

En conclusion, l'hôtellerie est une industrie complexe et compétitive, une composante essentielle du tourisme qui offre aux voyageurs un lieu de repos, de confort et de services. Elle est un secteur où le facteur travail joue un rôle crucial dans le succès d'un établissement. Le personnel est l'élément essentiel qui peut faire la différence entre une expérience mémorable pour les clients et une expérience médiocre. L'interaction entre les clients et le personnel de l'hôtel est souvent déterminante dans la satisfaction globale des clients.

Un service client de qualité, offert par des employés compétents, amicaux et bien formés, peut fidéliser la clientèle et générer des recommandations positives. Les membres du personnel de l'hôtel sont responsables de nombreuses tâches, telles que l'accueil des clients, la gestion des réservations, l'entretien des chambres, la restauration et bien d'autres encore. Leur professionnalisme, leur dévouement et leur capacité à anticiper les besoins des clients sont des éléments clés pour créer une expérience client exceptionnelle.

En outre, le facteur travail est également important dans la gestion efficace des opérations quotidiennes de l'établissement hôtelier. Un personnel bien formé et motivé peut contribuer à l'efficacité des processus internes, tels que la gestion des stocks, la coordination des équipes, la planification des horaires et la résolution des problèmes opérationnels. Une équipe solidaire et bien coordonnée peut garantir un fonctionnement fluide de l'hôtel, ce qui est essentiel pour la satisfaction des clients et la rentabilité de l'établissement.

Il est donc crucial pour les établissements hôteliers de valoriser et d'investir dans leur personnel, en offrant des formations régulières, des opportunités de développement professionnel, des conditions de travail attractives et une reconnaissance pour leur travail. En reconnaissant le facteur travail comme un facteur clé du succès, les hôtels peuvent créer un avantage concurrentiel durable et offrir des expériences exceptionnelles à leurs clients.

Dans ce travail de recherche, nous nous sommes intéressés au rôle du facteur travail comme clé du succès au sein d'un établissement hôtelier. Pour avoir une réponse claire sur ce thème, nous avons effectué une recherche et une enquête via un entretien à l'hôtel ITTOURAR de Tizi-Ouzou.

A travers notre étude, nous avons pu répondre à la problématique de recherche posée en l'occurrence :

« Quelle est l'importance du facteur travail pour une entreprise hôtelière ? »

Selon les études et les recherches que nous avons effectuées et les résultats obtenus, nous avons constaté que la gestion efficace du personnel et la qualité des supports physiques ont permis à l'hôtel de maintenir des niveaux élevés de satisfaction des clients et de se positionner favorablement sur le marché.

A ce niveau, nous avons confirmé l'hypothèse qui stipule que « Un personnel hautement qualifié et motivé peut offrir un service de qualité supérieure aux clients, ce qui conduira à un taux de satisfaction élevé et à une fidélité à long terme ».

ITTOURAR met l'accent sur un service client de qualité. Le personnel de l'hôtel est accueillant, courtois et prêt à répondre aux besoins des clients. Ils veillent à ce que les demandes et les préoccupations des clients soient prises en compte et traitées de manière efficace, créant ainsi une atmosphère chaleureuse et conviviale.

L'environnement de travail dans l'hôtel ITTOURAR de Tizi-Ouzou est axé sur la collaboration, le développement professionnel, la communication ouverte et le respect mutuel. Ces aspects favorables créent un cadre propice à la productivité, à l'épanouissement professionnel et au bien-être des employés et de la clientèle diversifiée. Cela peut défendre et confirmer l'hypothèse de « la promotion d'un environnement de travail inclusif qui encourage la diversité des perspectives,

des compétences peut favoriser l'innovation, améliorer la prise de décision et permettre à l'hôtel de mieux répondre aux besoins d'une clientèle diversifiée ».

Malgré tous les efforts consentis par cet hôtel et la compétence de son personnel, nous avons touché à quelques imperfections, pour cela, l'établissement hôtelier ITTOURAR doit améliorer quelques points en matière de facteur travail pour garder son succès professionnel auprès de ses clients :

- offrir des opportunités de développement professionnel pour améliorer les compétences et connaissances de son personnel ;
- Encourager le travail d'équipe et la coopération entre les membres du personnel pour offrir une expérience client exceptionnelle.

Aujourd'hui, l'importance du facteur travail dans le secteur de l'hôtellerie ne peut être sous-estimée. Les employés jouent un rôle essentiel dans la réussite d'un établissement hôtelier, car ils sont le visage de l'entreprise et contribuent directement à l'expérience des clients. Leur engagement, leur professionnalisme et leur attitude chaleureuse sont des ingrédients clés pour créer une atmosphère accueillante et mémorable pour les clients.

Il faudra aux entreprises, spécifiquement les établissements hôteliers de mettre l'accent sur le facteur travail et la fonction des ressources humaines, les mettent au sommet stratégique. En veillant à la satisfaction et au développement des employés, ils créeront un environnement de travail propice à la réussite de leur entreprise hôtelière.

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie

2000/130, D. e. (2000, juin 18). hôtellerie. *journal officiel de la république algérienne démocratique et populaire N35* . Alger, Algérie.

Abderrahim, C., & Aider, F. (2018). l'impact de la qualité du service sur la fidélisation des clients en hotellerie », cas hotel Sheraton Club des Pins, Alger. *mémoire de licence en sciences de gestion, UMMTO* . Tizi-Ouzou.

Annik, C. (2006). *Toute la fonction des ressources humaines*. Paris: édition DUNDO.

Balfet, M. (2001). *marketing des services touristiques et hôteliers:spécificités, méthodes et techniques*. Paris: ellipses.

Bejaia, u. d. (2021). *les enjeux liés au facteur travail*. Récupéré sur www.univ_bejaia.dz mémoire de fin de cycle, les enjeux liés au facteur travail

Ben Amara, R. (2011). Mémoire de licence appliquée en hôtellerie. *l'effet du facteur humain sur la qualité du service hôtelier* . Tunisie.

Blog. (2011). Récupéré sur <http://www.bowo.fr>>blog>

Christian, P. (2006). *le marketing des services* . Paris: édition d'organisation.

CNES. (2002). *Tourisme en Algérie*. Alger: ministère de tourisme.

Fernane, D. (2014). *hôtellerie: le maillon faible du tourisme algérien*. Alger: ENAG.

Fernane, D. (2022, Décembre 22). Quantification de la qualité et de la productivité dans l'hôtellerie de luxe en Algérie: vers une modélisation d'un point d'équilibre. *Thèse de doctorat en sciences, université Mouloud Mammeri, faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion* . Tiziz-Ouzou, Algérie.

ITTOURAR. (2022). *Document interne*. Tizi-Ouzou.

Iunius, R., & Fraenkel, S. (2009). *Hôtellerie de luxe: productivité, qualité, rentabilité*. Bruxelles: De Boeck.

Moussouni, T. (2021). le rôle du personnel en contact dans l'amélioration de la qualité perçue. *mémoire de fin de cycle* . Algérie.

Sabadie, W. (2001). Contribution à la mesure de la qualité perçue d'un service public. Université des Sciences Sociales de TOULOUSE.

web, s. (2020). *Histoire hôtellerie*. Consulté le 08 11, 2022, sur [https : le- damier.fr](https://le-damier.fr)>histoire d'hôtellerie.

web, s. (2022). *hôtelier*. Récupéré sur <http://www.revfine.com>>secteur -hotelier

web, s. (2021, 11 6). *voyage*. Récupéré sur <https://voyagerdz.com>

Wikipédia. (2023). *wikipédia, consulté le 9 juin 2023 à 14h50*. Consulté le juin 9, 2023, sur <http://wikipédia.hôtellerie.com>

Zouaoui, L. (2018). l'effet du facteur humain sur la qualité du service hotelier », cas : hotel ITTOURAR. *mémoire de licence en sciences commerciales, UMMTO* . Tizi-Ouzou, Algérie.

Textes officiels et lois

- Décrets exécutifs 2000/130, du journal officiel de la république algérienne démocratique et populaire N35, 18 juin 2000
- K.BENELKADI « classement des établissements hôteliers », journal EL WATAN, édition 12 juillet 2009, www.google.fr
- Document interne de l'hôtel ITTOURAR.

Webographie

- Articles hotellerie et restauration, 2014
- hotel-définition-et-classement-fiche-technique-2014-2015.pdf.
- www.google.fr
- [https : le- damier.fr](https://le-damier.fr)>histoire d'hôtellerie.
- wikipédia, consulté le 9 juin 2023 à 14h50
- <http://www.bowo.fr>>blog>
- <https://www.revfine.com>>secteur-hotelier
- <https://voyagerdz.com>>>2021/11/06

ANNEXES

***TABLE DES
MATIERES***

Table des matières

<i>Dédicace</i>	I
<i>Remerciements</i>	II
Liste des tableaux et graphes	V
Sommaire.....	IV
Introduction générale	1
Chapitre I : Hôtellerie : Définition, évolution et spécificités	4
Introduction	4
Section 1 : Présentation du domaine d'hôtellerie	5
1. Bref historique de l'hôtellerie	5
2. Définition de l'hôtellerie.....	6
3. Formes et les différents types d'établissements hôteliers	7
3.1 Hôtellerie homologuée	7
3.1.1 Hôtel de tourisme.....	7
3.1.2 Motel de tourisme	7
3.1.3 Résidence de tourisme	7
3.2 Hôtellerie non homologuée	8
3.2.1 Hôtel de préfecture	8
3.2.2 Maisons meublées.....	8
3.3 Hébergement en milieu rural	8
3.3.1 Auberge rural.....	8
3.3.2 Village de vacances	8
3.3.3 Gîtes	8
3.3.4 Auberges de jeunesse.....	8
3.4 Hôtellerie de plein air	8
3.4.1 Parc résidentiel de loisirs	8
3.4.2 Camping et caravaning	9
4. Hôtel	9
4.1 Définition.....	9
4.2 Normes de classement des hôtels.....	9
Section 2 : Spécificités du domaine de l'hôtellerie.....	11
1. Services d'hôtellerie	11
1.1 Réception et enregistrement	11
1.1.1 Service d'étage.....	12

1.1.1.1	Nettoyage et entretien ménager	12
1.1.1.2	Restauration	12
1.1.1.3	Conciergerie	12
1.1.1.4	Centre de remise en forme et spa	12
1.1.1.5	Services aux entreprises	12
1.1.1.6	Wi-Fi et connectivité	12
1.1.1.7	Service de blanchisserie.....	12
1.1.1.8	Service de navette.....	12
1.1.2	Spécificités du secteur hôtelier	13
1.1.2.1	Service à la clientèle	13
a.	Accueil chaleureux	13
b.	Communication efficace	13
c.	Disponibilité 24h/24	13
d.	Gestion des plaintes.....	13
e.	Personnalisation du service.....	13
f.	Rapidité et efficacité.....	14
g.	Formation du personnel	14
h.	Suivi après le séjour	14
1.1.2.2	Gestion de l'expérience client	14
a.	Comprendre les besoins et attentes des clients	14
b.	Cartographier le parcours client	14
c.	Offrir une expérience cohérente.....	15
d.	Personnaliser l'expérience.....	15
e.	Impliquer les clients	15
f.	Mesurer et analyser les résultats	15
g.	Fournir un excellent service après-vente.....	15
1.1.2.3	Saisonnalité	15
a.	Haute saison.....	16
b.	Basse saison	16
c.	Saisonnalité régionale.....	16
d.	Impact sur la planification et la gestion.....	16
e.	Diversification des activités.....	16
1.2	Concurrence intense	17
1.2.1	Nombre élevé d'hôtels.....	17
1.2.2	Diversité de l'offre	17

1.2.3 Plateformes de réservation en ligne	17
1.2.4 Satisfaction client	17
1.2.5 Nouvelles tendances et innovations	17
2. Gestion des ressources humaines	18
2.1 Recrutement et sélection.....	18
2.2 Formation et développement	18
2.3 Planification des effectifs	18
2.4 Gestion des performances.....	18
2.4.1 Gestion des conflits.....	18
2.4.2 Motivation et rétention des employés	18
2.4.3 Conformité légale	19
3. Technologie et innovation	19
3.1 Réservation en ligne et systèmes de gestion des réservations	19
3.1.1 Expérience client améliorée	19
3.1.2 Analyse de données et intelligence artificielle	19
3.1.3 Réalité virtuelle (RV) et réalité augmentée (RA)	20
3.2 Automatisation des opérations	20
3.2.1 Durabilité et efficacité énergétique.....	20
3.2.2 Sécurité et gestion des risques.....	20
3.3 Normes de sécurité et de réglementation.....	20
3.3.1 Normes de sécurité incendie	20
3.3.2 Normes de sécurité alimentaire	21
3.3.3 Normes d'hygiène et de propreté.....	21
3.3.4 Normes de sécurité des piscines et des spas	21
3.3.5 Normes d'accessibilité.....	21
3.4 Réglementations en matière de santé et de sécurité au travail.....	21
Section 03 : Importance de l'hôtellerie	22
1. Importance de l'hôtellerie	22
1.1 Contribution économique	22
1.1.1 Promotion du tourisme.....	22
1.1.2 Création d'expériences mémorables	22
1.1.3 Impact sur l'image d'une destination.....	22
1.1.4 Gestion de l'expérience client.....	23
1.2 Impact de l'hôtellerie sur les autres secteurs connexes	23
1.2.1 Tourisme	23

1.2.1.1 Offre d'hébergement	23
1.2.1.2 Création d'emplois	23
1.2.1.3 Promotion de la destination	24
1.2.1.4 Génération de recettes	24
1.2.1.5 Développement des infrastructures	24
1.2.2 Restauration.....	24
1.2.3 Transport	24
1.2.4 Divertissement	24
1.2.5 Fournisseurs	25
Conclusion.....	25
Chapitre II : Facteur travail dans le domaine d'hôtellerie en Algérie.....	27
Introduction	27
Section 1 : Présentation de l'hôtellerie en Algérie	28
1. Hôtellerie en Algérie	28
2. Différents types d'établissements hôteliers en Algérie	29
2.1 Hôtel standard	29
2.2 Hôtel de luxe	29
2.3 Hôtel de charme	29
2.4 Résidence hôtelière	30
2.5 Hôtel de plage	30
2.6 Hôtel d'affaires	30
2.7 Auberge	30
3. Spécificités du secteur hôtelier en Algérie	30
3.1 Classification des établissements.....	30
3.2 Localisation géographique.....	32
3.3 Secteur public et privé.....	32
3.3.1 Secteur privé.....	33
3.3.2 Secteur public	33
3.4 Promotion du tourisme	33
3.4.1 Patrimoine culturel et historique :	33
3.4.2 Paysages variés.....	33
3.4.3 Sahara et tourisme saharien.....	33
3.4.4 Plages méditerranéennes	33
3.4.5 Cuisine et culture	34
3.4.6 Écotourisme.....	34

3.4.7 Sports et loisirs	34
3.4.8 Accueil chaleureux	34
3.4.9 Influence culturelle	34
3.4.10 Architecture et design	34
3.4.11 Gastronomie	35
3.4.12 Art et artisanat	35
3.4.13 Animation culturelle	35
3.4.14 Activités et excursions culturelles	35
3.5 Saisonnalité.....	35
3.5.1 Haute saison	35
3.5.2 Basse saison.....	36
3.5.3 Vacances scolaires	36
3.5.4 Événements culturels et festivals.....	36
3.6 Conditions économiques	36
3.7 Développement du tourisme d'affaires	36
3.7.1 Infrastructure	36
3.7.2 Simplification des procédures	37
3.7.3 Promotion et marketing	37
3.7.4 Partenariats public-privé	37
3.7.5 Formation et qualification.....	37
4. L'importance du secteur d'hôtellerie pour l'économie en Algérie :	38
4.1 Contribution au PIB	38
4.2 Création d'emplois.....	38
4.3 Arrivées touristiques	38
4.4 Investissements étrangers	38
Section2 : Facteur travail dans le domaine d'hôtellerie en Algérie	39
1. Facteurs de travail dans le domaine hôtelier en Algérie.....	39
1.1 Qualification et formation du personnel:.....	39
1.1.1 Les types de formation dans le secteur d'hôtellerie en Algérie	39
1.1.1.1 Formation professionnelle	39
1.1.1.2 Formation en service à la clientèle	39
1.1.1.3 Formation en langues étrangères.....	40
1.1.1.4 Formation en gestion	40
1.1.2 L'importance de la qualification et de la formation dans le secteur hôtelier en Algérie	40

1.1.2.1	Qualité des services	40
1.1.2.2	Compétitivité.....	40
1.1.2.3	Gestion efficace.....	40
1.1.2.4	Image de marque	41
1.1.2.5	Développement professionnel.....	41
1.2	Les compétences linguistiques.....	41
1.2.1	Communication avec les clients étrangers	41
1.2.2	Amélioration de l'expérience client	42
1.2.3	Adaptation aux besoins des voyageurs d'affaires	42
1.2.4	Avantage concurrentiel	42
1.2.5	Développement de carrière	42
2.	Conditions du travail et bien être des employés	42
2.1	Aspects généraux concernant les conditions de travail et le bien-être des employés dans ce secteur	43
2.1.1	Horaires de travail.....	43
2.1.2	Charge de travail.....	43
2.1.3	Salaire et avantages.....	43
2.1.4	Formation et développement professionnel	43
2.1.5	Environnement de travail	43
2.1.6	Relations de travail	43
2.1.7	Mesures de sécurité et santé	44
2.2	Service à la clientèle.....	44
2.2.1	Les modalités du service à la clientèle dans le secteur hôtelier en Algérie	44
2.2.1.1	Accueil chaleureux	44
2.2.1.2	Service personnalisé	44
2.2.1.3	Assistance 24h/24.....	44
2.2.1.4	Propreté et entretien.....	45
2.2.1.5	Réactivité aux plaintes et aux demandes	45
2.2.2	Promotion du tourisme local	45
2.3	Gestion des ressources humaines	45
2.3.1	Recrutement et sélection	45
2.3.1.1	Analyse des besoins.....	45
2.3.1.2	Diffusion des offres d'emploi.....	46
2.3.1.3	Candidatures	46
2.3.1.4	Sélection initiale.....	46

2.3.1.5 Entretiens d'embauche	46
2.3.1.6 Tests pratiques.....	46
2.3.1.7 Vérification des références	46
2.3.1.8 Prise de décision finale	46
2.3.2 Formation et développement	46
3. Gestion des performances	47
3.1 Les systèmes de gestion de performances dans ce secteur en Algérie.....	47
3.1.1 Indicateurs de performance clés (KPI)	47
3.1.2 Systèmes de gestion des réservations	47
3.1.3 Logiciels de gestion hôtelière.....	47
3.1.4 Systèmes de commentaires et de commentaires des clients.....	47
3.1.5 Évaluations de qualité et de classification	48
3.2 Motivation et rétention	48
3.2.1 Les facteurs essentiels pour favoriser la motivation et la rétention du personnel	48
3.2.2 Reconnaissance et récompenses	48
3.2.3 Formation et développement	48
3.2.4 Conditions de travail agréables	49
3.2.5 Communication transparente.....	49
3.2.6 Équilibre vie professionnelle-vie personnelle	49
3.2.7 Possibilités d'avancement.....	49
3.2.8 Reconnaissance de la diversité et de l'inclusion.....	49
3.3 Gestion des horaires et de la charge de travail.....	49
3.3.1 Conformité aux réglementations du travail.....	49
3.3.1.1 Les réglementations du travail dans ce secteur en Algérie.....	50
a. Contrats de travail.....	50
b. Salaire minimum	50
c. Durée du travail	50
d. Congés payés.....	50
e. Santé et sécurité au travail	50
f. Droits syndicaux.....	50
g. Résiliation du contrat de travail	50
3.3.1.2 Haut du formulaire.....	51
3.3.2 Communication interne.....	51
3.3.2.1 Les canaux de communication interne en Algérie	51
a. Réunions régulières	51

b. Bulletin d'information interne	51
c. Utilisation des outils numériques	51
3.3.2.2 Formation et développement.....	51
a. Feedback et reconnaissance	52
b. Culture d'équipe	52
Section3 : Défis et perspectives du facteur travail dans le secteur d'hôtellerie en Algérie.	52
1. Les défis liés au facteur travail dans le secteur d'hôtellerie en Algérie	53
1.1 Manque de main-d'œuvre qualifiée.....	53
1.2 Formation professionnelle insuffisante	53
1.2.1 Manque de programmes de formation spécialisés.....	54
1.2.2 Qualité de la formation	54
1.2.3 Manque de centres de formation professionnelle	54
1.2.4 Manque de partenariats entre l'industrie et les établissements d'enseignement	54
1.2.5 Manque de reconversion et de perfectionnement professionnel	54
1.3 Problèmes liés à la rémunération	54
1.3.1 Salaires bas	55
1.3.2 Inégalités salariales	55
1.3.3 Absence de système de récompenses et de reconnaissance	55
1.3.4 Non-respect des normes de rémunération	55
1.3.5 Manque d'avantages sociaux	55
1.4 Conditions de travail et horaires contraignants.....	55
1.4.1 Longues heures de travail.....	55
1.4.2 Saisonnalité	56
1.4.3 Service à la clientèle exigeant	56
1.4.4 Manque de repos et de congés.....	56
1.4.5 Rémunération parfois insuffisante.....	56
2. Image négative du secteur.....	56
2.1 Manque de qualité et de normes	56
2.2 Communication et compétence du personnel	57
2.3 Manque d'innovation et de diversification	57
2.4 Perception de l'insécurité.....	57
3. Initiatives et solutions futures du facteur travail dans le secteur d'hôtellerie en Algérie.....	57
3.1 Formation et développement des compétences	57
3.2 Promotion des carrières dans l'hôtellerie	58
3.3 Technologie et innovation	58

3.4 Amélioration des conditions de travail.....	58
3.5 Collaboration entre les acteurs du secteur	58
4. Les perspectives et les tendances futures du facteur travail dans le secteur d’hôtellerie en Algérie	59
4.1 Croissance du secteur	59
4.2 Besoin de main-d'œuvre qualifiée.....	59
4.3 Technologie et automatisation	59
4.4 Importance de l'expérience client.....	59
4.5 Développement du tourisme d'affaires	59
4.6 Besoin de diversification des compétences	59
4.7 Amélioration des conditions de travail.....	60
Conclusion.....	60
Chapitre III : Analyse du facteur travail dans l’hôtel ITTOURAR	62
Introduction	62
Section 1 : présentation de l’établissement et organisation fonctionnelle et administrative de l’entreprise hôtelière «ITTOURAR» Tizi-Ouzou.....	63
1. Présentation de l’hôtel «ITTOURAR»	63
1.1 Aperçu historique de l’hôtel «ITTOURAR»	64
1.2 Situation géographique de l’hôtel «ITTOURAR »	64
1.3 Les différentes commodités de l’hôtel «ITTOURAR»	64
1.3.1 La restauration	64
1.3.2 Hébergement	64
1.3.3 Capacité conférences	64
2. L’organisation fonctionnelle et administrative de l’entreprise hôtelière «ITTOURAR» Tizi-Ouzou.....	65
2.1 L’organigramme organisationnel et fonctionnel d’hôtel «ITTOURAR» (ITTOURAR, 2022)	65
2.2 Les différents départements de l’hôtel	67
L’hôtel comporte plusieurs départements, nous citons (ITTOURAR, 2022) :	67
2.2.1 Le département administration et finance	67
2.2.1.1 Le service comptabilité et finance	67
2.2.1.2 Le service gestion de personnel	67
2.2.1.3 Le service économat et gestion des stocks	67
2.2.2 Le département de maintenance.....	68
2.2.2.1 Le service technique	68
2.2.2.2 Service hygiène et sécurité	68

2.2.3	Le département d'exploitation	68
2.2.3.1	Le département hébergement	68
a.	Chambres.....	68
a.	Services et avantages.....	71
b.	Réception	71
c.	Les étages :(Housekeeping).....	71
d.	La lingerie (blanchisserie)	72
2.2.3.2	Le département restauration.....	72
a.	Restaurant.....	72
b.	La cafétéria-cave	73
3.	Le personnel d'encadrement de l'hôtel « ITTOURAR» de Tizi-Ouzou	73
3.1	La direction générale.....	73
3.1.1	Le directeur de l'hôtel.....	73
3.1.2	La direction de l'hébergement.....	73
3.1.2.1	Le directeur hébergement	73
3.1.2.2	Le chef de réception	74
3.1.2.3	Le réceptionniste-caissier	74
3.1.2.4	Le veilleur de nuit (night audit)	75
3.1.2.5	La gouvernante générale.....	75
3.1.2.6	La femme de chambre	75
3.1.2.7	Le chef lingerie	76
a.	La direction restauration.....	76
3.2.1	Le directeur de restaurant.....	76
3.2.2	Maitre d'hôtel.....	77
3.2.3	Le chef de rang	77
3.2.4	Serveur	78
3.2.5	Chef de cuisine	78
3.2.6	Commis de cuisine.....	78
3.3	Missions de l'hôtel «ITTOURAR».....	79
3.3.1	Objectifs de l'hôtel «ITTOURAR»	79
3.3.2	Les clients qui fréquentent de plus l'hôtel «ITTOURAR»	79
Section 2 : Analyse des facteurs travail au sein de l'hôtel «ITTOURAR».....		80
1.	La démarche méthodologique de l'enquête	80
1.1	Recherche qualitative : les entretiens	80
1.1.1	Nature et objectifs des entretiens.....	80

1.1.2 Résultats relatifs au modèle qualité de service.....	81
1.1.3Élaboration du guide d’entretiens.....	82
1.1.4 Traitement du guide d’entretiens.....	83
1.1.5 L’objectif de l’étude.....	84
1.2 Guide d’entretien.....	84
1.2.1 Retranscription des entretiens	85
1.2.2 Analyse de contenu.....	86
1.2.2.1 Analyse thématique	87
a. Relations interpersonnelles.....	87
b. Caractéristiques individuelles.....	88
c. Bonus et autres avantages.....	88
d. Environnement de travail.....	88
e. Style de management.....	89
f. Temps de travail.....	89
1.2.2.2 Analyse de la fréquence.....	89
2. Synthèse de l’étude qualitative exploratoire.....	90
2.1 Analyse des résultats du facteur travail de l’hôtel «ITTOURAR».....	91
2.2 Les conditions indispensables à la réussite de l’hôtel «ITTOURAR».....	91
Section 3 : Synthèse des résultats, difficultés et recommandations.....	92
1.Principaux résultats.....	92
2. Difficultés rencontrées sur le terrain.....	95
3. Suggestion et recommandations pour l’hôtel «ITTOURAR».....	95
Conclusion.....	97
Conclusion générale.....	98
Bibliographie.....	101
Table des matières.....	102