

ATINGI eACADEMY TOURISME ET HOTELLERIE

une offre de l'Agence pour le secteur
privé et le développement (AWE)

COURS EN LIGNE

Aperçu des cours



TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION.....	0
2. DESCRIPTION DU COURS	1
A – TOURISME ET HÔTELLERIE	1
A.1 – PRINCIPES FONDAMENTAUX DU TOURISME ET DE L’HOTELLERIE	2
A.2 – PRINCIPES FONDAMENTAUX DES ACTIVITES DANS LE SECTEUR DE L’ALIMENTATION ET DES BOISSONS	3
A.3 – NOTIONS DE BASE DE L’ENTRETIEN MENAGER	4
A.4 – UNE CARRIERE DANS LE TOURISME.....	5
A.5 – UNE CARRIERE DANS L’HOTELLERIE.....	6
A.6 – COMPETENCES COMPORTEMENTALES POUR LE SECTEUR DU TOURISME	7
A.7 – VOCABULAIRE DE BASE EN ANGLAIS POUR LE TOURISME	8
B – TOURISME DURABLE : INTRODUCTION	9
B.1 – INTRODUCTION AU TOURISME VERT ET PROPRE	10
B.2 – INTERET DE LA DURABILITE POUR LES ENTREPRISES TOURISTIQUES	10
B.3 – COMMENT RENDRE SON ACTIVITE TOURISTIQUE DURABLE.....	11
B.4 – L’AVENIR DE L’HOTELLERIE DURABLE	12
C – TOURISME DURABLE : DIMENSION ENVIRONNEMENTALE	14
C.1 – GESTION DE L’EAU DANS L’HOTELLERIE	15
C.2 – EFFICACITE ENERGETIQUE DANS L’HOTELLERIE.....	16
C.3 – GESTION DES DECHETS ET ECONOMIE CIRCULAIRE DANS L’HOTELLERIE.....	17
C.4 – GESTION DURABLE DES ALIMENTS DANS L’HOTELLERIE	18
D – TOURISME DURABLE : DIMENSION SOCIOCULTURELLE	19
D.1 – DROITS DES FEMMES ET EGALITE DE GENRE DANS LE SECTEUR DU TOURISME	20
D.2 – PROTECTION DES ENFANTS DANS LE TOURISME	20
D.3 – IMPLICATION DES COMMUNAUTES LOCALES DANS LE TOURISME	21
D.4 – CONDITIONS DE TRAVAIL DECENTES DANS LE TOURISME	22
E – CREATION D’UNE ENTREPRISE.....	24
E.1 – ENTREPRENEURIAT DANS LE SECTEUR DU TOURISME	25
E.2 – CE QUE SIGNIFIE ETRE UN ENTREPRENEUR DANS LE SECTEUR DU TOURISME	25
E.3 – CALCULS DANS LE SECTEUR DU TOURISME	26
E.4 – COMPETENCES INFORMATIQUES POUR LES PROPRIETAIRES D’ENTREPRISE	27
F – COMMERCIALISATION DU TOURISME	29
F.1 – COMMENT TROUVER DES MARCHES ET DES CANAUX DE VENTE.....	30
F.2 – CREATION ET GESTION DE PRODUITS TOURISTIQUES.....	30
F.3 – EXPLORER LA TARIFICATION ET LA PROMOTION	32
F.4 – INTRODUCTION AU MARKETING NUMERIQUE POUR LES ENTREPRISES TOURISTIQUES.....	32
G – SERVICE AUX CLIENTS.....	34
G.1 – LE SERVICE CLIENT DANS LES ENTREPRISES DU SECTEUR TOURISTIQUE.....	35
G.2 – SERVICE CLIENTELE ET GESTION DES RECLAMATIONS	36

H – SANTE, SECURITE ET HYGIENE	37
H.1 – COMMENT GARANTIR LA SANTE ET LA SECURITE AU TRAVAIL	38
H.2 – COMMENT METTRE EN PLACE DES NORMES D’HYGIENE ET DES PROTOCOLES COVID-19	38
H.3 – ADAPTER LA SANTE, LA SECURITE ET L’HYGIENE A LA COVID-19	39
I – LA RESILIENCE DANS LE DOMAINE DU TOURISME	41
I.1 – LA RESILIENCE DANS LE TOURISME 1 : RESILIENCE ET DEVELOPPEMENT DURABLE	42
I.2 – LA RESILIENCE DANS LE TOURISME 2 : LES RISQUES DANS LE SECTEUR DU TOURISME.....	43
I.3 – LA RESILIENCE DANS LE TOURISME 3 : FAIRE FACE AUX RISQUES DANS LE TOURISME	44
I.4 – LA RESILIENCE DANS LE TOURISME 4 : REPOSE DES ENTREPRISES AUX CRISES ET AUX CATASTROPHES	44
I.5 – LA RESILIENCE DANS LE TOURISME 5 : RENFORCEMENT DE LA RESILIENCE A LONG TERME	45
J – GUIDE TOURISTIQUE	47
J.1 – GUIDE TOURISTIQUE 1 : ROLES ET RESPONSABILITES DE LA PROFESSION DE GUIDE	48
J.2 – GUIDE TOURISTIQUE 2 : PRINCIPALES COMPETENCES I – COMPETENCES NARRATIVES ET DE PRESENTATION.....	49
J.3 – GUIDE TOURISTIQUE 3 : PRINCIPALES COMPETENCES II – COMMENT PARLER DE	49
J.4 – GUIDE TOURISTIQUE 4 : PRINCIPES DE LA PSYCHOLOGIE DE GROUPE	50
J.5 – GUIDE TOURISTIQUE 5 : SANTE ET SECURITE POUR LES GUIDES TOURISTIQUES	51
J.6 – GUIDE TOURISTIQUE 6 : GERER LES RECLAMATIONS DES CLIENTS ET LES URGENCES	51
J.7 – GUIDE TOURISTIQUE 7 : INTERPRETATION DU PATRIMOINE CULTUREL.....	52
J.8 – GUIDE TOURISTIQUE 8 : TOURISME DE NATURE ET D’AVENTURE	53
3. LES PARCOURS D'APPRENTISSAGE	54
4. MENTIONS LEGALES	56

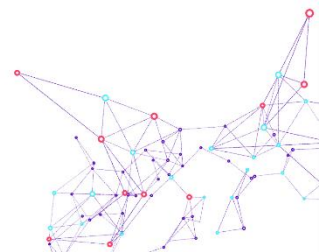
1. Introduction

Avec une part de plus de dix pour cent de la production économique mondiale, le tourisme est un des secteurs économiques les plus importants. Dans le monde, au moins un emploi sur dix dépend du tourisme. Ce domaine contribue au développement des infrastructures dans les pays en développement et les économies émergentes, et peut encourager des cycles de production locaux et apporter une contribution économique à la conservation des ressources naturelles.

L'impact de la pandémie sur le secteur a été énorme et continue de l'être. Rien qu'en 2020, la contribution du tourisme au PIB mondial a chuté de 49 pour cent. En conséquence, des millions de personnes ayant des années d'**expérience pratique** dans le tourisme et l'hôtellerie ont perdu leur emploi pendant la crise de la COVID-19. Il n'est pas rare que les professionnels du tourisme n'aient pas de **diplômes d'études (professionnelles) officiels** à jour et qu'ils soient entrés de façon informelle sur le marché du travail. Nombre d'entre eux ne sont pas en mesure de fournir aux employeurs une preuve crédible des compétences qui apparaissent dans leur CV. D'autres considèrent que l'incertitude liée au temps d'arrêt imposé par la crise leur offre la possibilité d'améliorer leurs compétences en adoptant une démarche d'apprentissage flexible en autoformation au lieu de s'engager à suivre sur la durée un programme d'études plus exigeant, sanctionné par un diplôme. L'e-Academy atingi pour le tourisme et l'hôtellerie offre une solution qui tient compte de telles situations de la vraie vie.

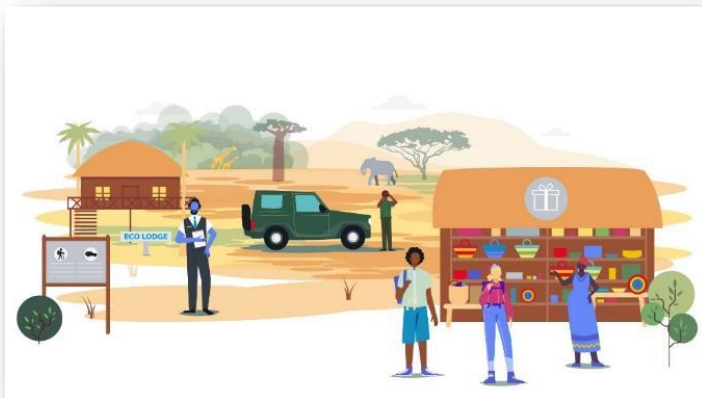
Mise en place par le projet de coopération de la GIZ avec le secteur privé, l'e-Academy atingi pour le tourisme et l'hôtellerie propose actuellement 45 **cours en ligne**, en anglais et en français, dans les domaines du tourisme et de l'hôtellerie. Avec **atingi**, le micro-apprentissage mobile offre aux personnes en recherche d'emploi occupées, disposant d'une certaine maîtrise des communications en ligne et d'un téléphone portable connecté à Internet, une solution inclusive et facilement accessible leur permettant de se préparer à réintégrer le marché du travail. L'e-Academy s'adresse au personnel opérationnel et aux professionnels de la gestion dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie, ainsi qu'à quiconque est intéressé par le sujet. Les cours sont délibérément « **modulaires** » de manière à garantir de **faibles exigences de participation** et des **résultats rapides** pour les apprenants. Ainsi, les cours sont parfaitement adaptés aux situations nomades ou non. L'approche narrative et l'utilisation d'éléments interactifs font de cette formule d'enseignement une expérience divertissante.

Ce guide se propose de donner un aperçu de tous les cours de l'e-Academy atingi pour le tourisme et l'hôtellerie et vous aide à savoir quelles compétences vous pouvez acquérir avec chacun d'entre eux. Bonne découverte !



2. Description du cours

A – Tourisme et hôtellerie



A.1 – Principes fondamentaux du tourisme et de l'hôtellerie

[Entrer ici](#)



Dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie, il est primordial de bien accueillir les visiteurs et de les aider à vivre une belle expérience. Ce module vous permettra d'acquérir **cinq ensembles de compétences essentielles** dans deux domaines différents : la **communication et la gestion des affaires**.

Les participants apprennent à **communiquer verbalement** avec les clients, les employés et les partenaires commerciaux lorsqu'ils les accueillent, leur parlent au téléphone, leur vendent un produit ou un service, négocient avec eux ou répondent à leur demande d'information. Sont également abordées les **compétences de communication non verbale** telles que la communication en ligne, l'écoute active, l'assurance et le bon comportement avec les clients.

En outre, le module aborde le thème de l'**expérience client** et la nécessité d'offrir un **excellent service** en comprenant les notions d'accueil, de service et d'expérience touristiques. Il montre à quel point il est important de créer des **souvenirs inoubliables** grâce, par exemple, à des récits, et de planifier les activités de services aux clients en tenant compte du **parcours client**. Il se penche également sur la manière de s'assurer que les clients sont enchantés et souligne la nécessité d'apporter une réponse immédiate et de vérifier l'expérience client.



Ce cours aborde également la question de l'organisation d'une activité touristique ou hôtelière. Il traite des questions de création d'une **mission d'entreprise**, d'organisation des tâches en contact avec la clientèle (**Front-of-House – FOH**) et sans contact avec la clientèle (**Back-of-House – BOH**), d'élaboration d'un **organigramme** et de planification des besoins de personnel pour être certain de disposer du nombre d'employés adéquat.



Le module s'achève sur les points essentiels de la **tarification des services touristiques et hôteliers**. Les participants se familiarisent avec la détermination du juste prix, l'application de différentes stratégies de tarification et, surtout, la vérification des prix pratiqués par la concurrence (potentielle). C'est à ce stade qu'est présenté le concept des « 3P » (prix, promotion, proximité).

Ce module permettra aux participants :

- De démontrer leurs compétences en communication verbale et non verbale
- D'appliquer une approche structurée pour l'organisation d'une activité touristique et hôtelière
- De gérer la création d'une expérience exceptionnelle pour les clients
- De choisir des techniques appropriées de gestion des recettes pour leur entreprise
- De fixer de justes prix et d'appliquer des stratégies de tarification.

A.2 – Principes fondamentaux des activités dans le secteur de l'alimentation et des boissons

[Entrer ici](#)

Le secteur de l'alimentation et des boissons est complexe. Où que l'on aille, et indépendamment du lieu géographique, des ethnies et des cultures, il existe une multitude d'établissements de restauration.

Ce module présente les **divers types d'entreprises A&B**, leur **structure organisationnelle** et les **différents types de services A&B**, par exemple le service à l'anglaise, à la russe, à la française ou à l'américaine. Par ailleurs, il aborde le thème du **leadership dans les entreprises A&B** en mettant l'accent sur l'encadrement des équipes et sur la compréhension des employés.



Le cours approfondit la question de la **planification et l'analyse des menus**. Il explique l'**objet et la fonction d'un menu** et présente les **différents types de menus** ainsi que ceux qui sont les mieux adaptés aux différents concepts de restaurant. En ce qui concerne l'analyse des menus, les participants découvriront en outre l'importance d'une **marge de contribution** et les fondamentaux concernant la **tarification et les fiches de recettes**. Le module explore plus en profondeur la question du **menu engineering** en présentant le **concept des vaches à lait** (grille popularité vs. rentabilité). En s'appuyant sur des exemples concrets, des **calculs** sur la valeur sont effectués pour bien comprendre le concept de **performance des menus**.

En plus d'expliquer ce que le **menu engineering doit faire et ne pas faire**, le cours présente les bases de la **gestion de la rentabilité**. Il donne les grandes lignes des **techniques d'accroissement des ventes** et d'amélioration de la **marge de contribution** ; plusieurs stratégies sont présentées.

Ce module permettra aux participants :

- D'expliquer les différents types d'entreprises du secteur A&B
- De décrire les différentes questions concernant l'encadrement et les salariés dans le secteur de l'alimentation et des boissons
- D'identifier les principaux facteurs de planification et de rédaction des menus
- De gérer la rentabilité et la performance des menus.

A.3 – Notions de base de l'entretien ménager

Bienvenue dans le module **Notions de base de l'entretien ménager**. L'expérience dans laquelle les participants s'engagent leur donnera un aperçu de ce qu'est le **service d'étage** et les aidera à **devenir des professionnels en la matière**. Ce module leur montrera comment le **service d'étage fonctionne**, comment il est coordonné à d'autres services et comment appliquer les **principaux processus de l'entretien ménager**.

Premièrement, il expose les objectifs, les **composantes**, ainsi que les **différents rôles** du service d'étage. Il souligne ensuite l'**importance d'une communication constante et en temps utile** entre le service d'étage et d'autres services hôteliers.

Ce cours présente en outre les **priorités du service d'étage** en décrivant les **différentes tâches et responsabilités** qu'il assume (nettoyage, bonne hygiène, sûreté et sécurité, et préparation régulière de rapports, ces derniers constituant un outil essentiel de contrôle).



Le module présente également le **processus de nettoyage des chambres**, y compris la préparation du chariot d'étage et l'application de la procédure standard d'entretien des chambres, salles de bains et espaces communs. En plus d'apprendre le **protocole de nettoyage des chambres**, les participants sont exposés à **différents scénarios de nettoyage de chambres** en fonction de leur état d'occupation (nouvel arrivant, déjà occupée ou départ du client) et à la façon de les prendre en charge.

Ce module permettra aux participants :

- De communiquer avec les autres services
- De préparer le chariot d'étage
- De nettoyer les zones clients et les chambres d'hôtel
- D'apprendre à nettoyer une chambre en fonction de son état d'occupation : nouvel arrivant, déjà occupée ou départ du client.

A.4 – Une carrière dans le tourisme

[Entrer ici](#)

Le tourisme, c'est lorsque des gens quittent leur lieu de résidence pour voyager dans d'autres endroits pendant de courtes périodes. En tant qu'industrie, le tourisme offre des services visant à faciliter les activités professionnelles, récréatives et de loisirs dans un cadre éloigné de chez soi. C'est un important moteur économique de croissance et de développement.

Ce cours aidera les participants à **percevoir le tourisme en tant qu'industrie, à découvrir les différents types de tourisme** (par exemple tourisme de nature, tourisme d'affaires ou tourisme culturel) et à voir les opportunités d'emploi qu'il peut offrir. Il montrera **en quoi consiste le travail dans le secteur du tourisme** en mettant l'accent sur les **facteurs motivants**, mais aussi sur les **difficultés à affronter**. Il expliquera en outre **l'importance d'un bon service**.



En appliquant le **processus du parcours client** aux segments du tourisme que sont la randonnée, le soleil et la plage, le cours présente **différents lieux de travail** dans lesquels les participants peuvent être amenés à travailler. En outre, le cours donne des informations sur les **compétences exigées** pour différents emplois dans le tourisme (p. ex., dans une entreprise de gestion des destinations, dans un aéroport ou dans un parc national). Les participants apprennent comment acquérir les **compétences nécessaires (spécialisées et relationnelles)** et dans quels autres secteurs ils peuvent les appliquer (**compétences transférables**).



Le module présente également différentes **perspectives de carrière** et explique **comment débiter dans le tourisme** en donnant des détails sur l'**EFTP**, l'**enseignement universitaire**, la reconnaissance des **acquis** et sur les potentialités de l'**entrepreneuriat**. Les participants ont l'occasion de répondre à diverses questions les aidant à déterminer la carrière touristique la plus adaptée à leur profil. Le cours s'achève sur des références à un autre cours sur l'orientation professionnelle.

Ce module permettra aux participants :

- De comprendre le tourisme en tant qu'industrie
- De découvrir les différents lieux de travail dans le tourisme
- D'explorer les compétences requises pour travailler dans le tourisme

A.5 – Une carrière dans l'hôtellerie

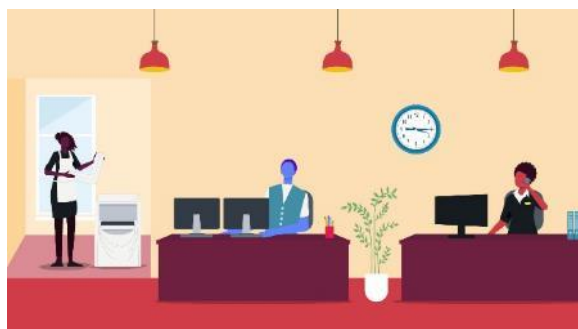
[Entrer ici](#)



Le secteur de l'hôtellerie fait référence à diverses activités et divers services liés aux **loisirs** et à la **satisfaction du client**. Travailler dans l'hôtellerie, c'est être cordial et chaleureux avec les étrangers et les clients et le secteur vise à offrir de l'expérience dans ce domaine.

Ce cours aidera les participants à **percevoir l'hôtellerie comme une industrie**, à différencier les **différents types d'hôtellerie**, p. ex., hébergement, restauration (aliments et boissons) ou loisirs, ainsi qu'à voir les possibilités d'emploi qu'elle peut offrir. Il montrera **en quoi consiste le travail dans l'hôtellerie** en mettant l'accent sur les facteurs motivants, mais aussi sur les difficultés à affronter lorsqu'on travaille dans ce secteur. Il expliquera en outre **l'importance d'un bon service**.

En appliquant le **processus du parcours client** aux segments que sont la randonnée, le soleil et la plage, le cours présente **différents lieux de travail** dans lesquels les participants peuvent être amenés à travailler. En outre, il donne des informations sur les **compétences exigées pour différents emplois** dans l'hôtellerie (p. ex., dans un hôtel, à différents postes, dans un restaurant ou un café/bar). Les participants apprennent à acquérir les **compétences nécessaires (spécialisées et relationnelles)** et dans quels autres secteurs ils peuvent les appliquer (**compétences transférables**).



Le module présente également différentes **perspectives de carrière** et explique **comment débiter dans l'hôtellerie** en donnant des détails sur l'**EFTP**, l'**enseignement universitaire**, la **reconnaissance des acquis** et sur les potentialités de l'**entrepreneuriat**. Les participants ont l'occasion de répondre à diverses questions les aidant à déterminer la carrière

hôtelière la plus adaptée à leur profil. Le cours s'achève sur des références à un autre cours sur l'orientation professionnelle.

Ce module permettra aux participants :

- De comprendre l'industrie de l'accueil
- De découvrir les différents lieux de travail dans le secteur de l'accueil
- D'explorer les compétences requises pour travailler dans l'hôtellerie et la restauration.

A.6 – Compétences comportementales pour le secteur du tourisme

[Entrer ici](#)

Les **compétences relationnelles** sont les **compétences interpersonnelles** et les **caractéristiques personnelles** qui aideront les participants à interagir et travailler avec d'autres personnes dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie. L'expression « compétences comportementales » englobe un large éventail de compétences aussi variées que le leadership, le travail d'équipe, la gestion du temps, l'empathie et la communication, qui seront abordées dans ce module.

Un accent particulier sera mis sur les **compétences comportementales pour la résolution de problèmes** et la **gestion des tâches**, qui incluent les compétences de gestion du temps et du stress. En outre, les participants aborderont le **thème de la communication** par le biais de la **sensibilisation** et de la **sensibilité culturelles**, en examinant des **compétences de communication verbale et non verbale**, des **capacités d'écoute** et des **compétences en négociation** ayant démontré leur efficacité.



Tout au long de ce module, les participants seront guidés par Ruth Kamau qui, avec ses nombreuses années d'expertise dans la gestion d'une entreprise touristique, connaît très bien les compétences relationnelles requises pour réussir et pourra leur donner de précieux conseils.

Ce module permettra aux participants :

- D'identifier 9 compétences relationnelles essentielles et leur pertinence pour réussir dans le secteur du tourisme
- De comprendre les processus nécessaires à la mise en pratique de chacune de ces compétences
- De mettre ces compétences comportementales en pratique – grâce à diverses activités et divers scénarios – pour mieux se préparer.

A.7 – Vocabulaire de base en anglais pour le tourisme

[Entrer ici](#)

Le tourisme est un secteur dynamique et international ; par conséquent, la capacité à **communiquer efficacement en anglais avec des personnes dont c'est la langue maternelle ou non** revêt une importance primordiale.

Dans ce module, des **situations propres à différentes activités touristiques** sont présentées aux participants : enregistrement/départ à la réception d'un hôtel, dans un office du tourisme ou chez un tour-opérateur, dans une chambre d'hôtel/d'hôtes, dans un restaurant/café, dans une situation d'urgence et lors d'échanges entre acheteurs et vendeurs.

Les participants **entendront et liront les expressions et phrases types utilisés dans divers contextes**, par exemple pour accueillir et servir des touristes en tant que clients. Les diverses situations montrent comment agir de manière appropriée et reprennent les **expressions fréquemment utilisées**. Enfin, les participants peuvent tester leurs connaissances sur la base de phrases essentielles.

Ce module permettra aux participants :

- D'identifier les mots et les expressions de base les plus utiles dans le secteur du tourisme
- D'utiliser les mots utiles de base dans le secteur du tourisme
- D'utiliser du vocabulaire anglais pour mieux communiquer avec les utilisateurs de leurs services touristiques
- De se familiariser avec les mots utilisés lors de rencontres répétées avec des clients

B – Tourisme durable : Introduction



B.1 – Introduction au tourisme vert et propre

[Entrer ici](#)

Tourisme vert et propre – cette expression est très à la mode ! Tout le monde en parle. Mais que veut-elle dire réellement ? Et que recouvre-t-elle exactement ? Ce cours initie les participants à la **dimension écologique du tourisme** et leur donne des **conseils pratiques sur la façon d’être « plus durables » dans le tourisme**. On sait que le **tourisme a de nombreux aspects positifs**, mais on sait également qu’il est la **source de problèmes**, par exemple la surpopulation, la pollution et l’oppression. Ce cours montre à quel point il est important de savoir pourquoi nous devons mettre l’accent sur l’adoption de pratiques vertes et non polluantes dans le secteur du tourisme.

Par ailleurs, ce module éclaire le **mystère des parties prenantes** : qui sont-elles, et quels sont leurs **rôles et responsabilités** ? Les pratiques de tourisme durable sont essentielles pour le développement futur du tourisme. Pourquoi ? Parce qu’une destination durable est une **destination compétitive et attrayante**.



Mais surtout, ce cours esquisse dans les grandes lignes les **différentes approches de la façon de pratiquer le tourisme vert et non polluant** et les **actions concrètes à mener**.

Ce module permettra aux participants :

- De définir le tourisme vert et non polluant et de concevoir et appliquer des processus durables dans le lieu de travail
- De mettre en œuvre des processus verts et non polluants dans leur entreprise
- De former leur personnel, leurs collègues et leur communauté.

B.2 – Intérêt de la durabilité pour les entreprises touristiques

[Entrer ici](#)

Il nous a été donné à tous de rencontrer le mot « **durabilité** ». Mais avons-nous jamais pensé, dans le détail, à ce que peut être la durabilité dans le secteur du tourisme ?

Dans ce module, les participants apprendront à **mieux comprendre ce qu’est la durabilité** et ce en quoi elle consiste. Bienvenue dans un monde dans lequel nous luttons tous activement contre des problèmes tels que le réchauffement de la planète, la perte de biodiversité, la pollution et les inégalités.

Le cours commence par donner une **vue d'ensemble des crises qui menacent le plus l'humanité** au niveau mondial – **le changement climatique, la perte de biodiversité et la pollution**. L'importance d'agir de manière durable pour éviter des dommages irréversibles est soulignée par l'explication des limites planétaires. Par ailleurs, le **concept de durabilité** est expliqué par un examen de la **triple approche : populations, planète et profits**.



En outre, le module examine l'**importance** d'entretenir des **liens étroits avec les parties prenantes** afin de gérer durablement son entreprise touristique, d'établir un plan financier et d'impliquer la communauté locale **au profit de tous**. Enfin, le module aborde les thématiques de la **création d'emplois équitables** et de la **mise en place d'un réseau de partenaires économiques**.

Ce module permettra aux participants :

- De prendre conscience des problèmes que rencontre actuellement notre planète (en raison du tourisme de masse)
- D'analyser l'ampleur du changement climatique, de la pollution et de la perte de biodiversité (en raison du tourisme de masse)
- De comprendre en quoi la durabilité est importante pour les entreprises touristiques
- De percevoir une entreprise touristique d'un point de vue économique, environnemental et social.

B.3 – Comment rendre son activité touristique durable

[Entrer ici](#)

Au sujet du tourisme, des questions essentielles se posent : comment rendre une entreprise de tourisme davantage durable ? Comment mettre la durabilité en œuvre dans ses activités touristiques ?



Le module couvre différents **aspects visant à assurer la durabilité d'une activité touristique**. Premièrement, il explique comment **minimiser l'impact environnemental** en **réduisant, recyclant et réutilisant les déchets**, en **achetant des produits cultivés ou fabriqués au niveau local** et en **protégeant la biodiversité**.

En outre, le cours adopte un **point de vue social et culturel** – il s'intéresse aux individus eux-mêmes. Il s'intéresse aux trésors culturels riches et variés qui nécessitent une **représentation authentique** ainsi qu'aux **sites notables du patrimoine culturel** de la région des participants ayant besoin d'être **traités de manière judicieuse**. Il souligne par ailleurs l'importance de **protéger les groupes les plus vulnérables**.



De plus, le module aborde la question de la **commercialisation optimale d'une entreprise durable pour la rendre compétitive** et se démarquer sur le marché. Il souligne des aspects tels que l'**identification du bon groupe cible** et la **communication efficace** et transparente de tous les **efforts de durabilité** auprès des clients. Pour aller plus loin dans le domaine de la **communication, de la crédibilité et de la confiance**, il aborde le thème de la **certification** et des **labels** en matière de **durabilité**. Il explique enfin comment créer une expérience unique pour les clients.

Ce module permettra aux participants :

- De savoir qui est affecté par une activité touristique
- De tenir compte des conséquences d'une activité touristique durable
- D'évaluer comment leur activité touristique peut contribuer au développement durable
- D'avoir des idées sur la façon de bien commercialiser une activité touristique durable.

B.4 – L'avenir de l'hôtellerie durable

[Entrer ici](#)

Ce module examine **l'avenir de l'hôtellerie durable** en prenant l'exemple de deux des **meilleurs hôtels durables** du monde et permet aux participants d'élaborer leur propre plan d'amélioration de la durabilité. L'hôtelier moderne doit avoir une connaissance approfondie des domaines traditionnels de la gestion d'entreprise et des questions liées à la gestion de l'environnement, aux relations avec les parties prenantes, à l'éthique et à la responsabilité sociale.



Le cours commence par examiner la **signification** et **l'importance de la durabilité dans les hôtels**. Il souligne ensuite l'importance de **susciter l'engagement** du personnel et de **créer une équipe « de la durabilité »** ou équipe « **verte** » dans un hôtel. Il présente aux participants un **plan de gestion de la durabilité**, et notamment les dimensions dont il faut tenir compte. En outre, les participants acquièrent les éléments essentiels pour **créer et rédiger un plan de gestion de la durabilité** et déterminer les mesures devant être prises.

De plus, le module s'intéresse tout particulièrement à la **gestion de ressources clés**, à savoir **l'eau**, **l'énergie** et **les déchets**. En ce qui concerne l'énergie et l'eau, il souligne l'importance de la gestion et présente différents **moyens de suivre, évaluer et réduire l'utilisation de l'énergie** et de **rationaliser la consommation d'eau** dans les hôtels. En ce qui concerne la gestion des déchets, il présente différents types de déchets, avec la quantité produite pour chacun d'eux dans les hôtels. Le cours souligne l'importance de la **gestion des déchets alimentaires**, définit les **catégories de déchets** et présente de nombreuses **pratiques de réduction des déchets alimentaires** dans les hôtels.



Les participants se familiarisent avec le concept de **chaîne d'approvisionnement** et d'**achats responsables**. Le cours explique pourquoi la chaîne d'approvisionnement est importante pour la durabilité de l'hôtel en soulignant les avantages d'une **stratégie d'achat responsable**. Les questions de choix de produits et de biens appropriés à chaque stade du cycle de **vie** sont présentées, dans l'optique de décisions d'achat en connaissance de cause.

Le cours s'achève sur le thème de l'**implication des parties prenantes** et celui de la **communication autour de la durabilité**. Il montre aussi comment **inciter l'équipe de l'hôtel à adopter des pratiques de durabilité** et comment **communiquer avec les clients** pour améliorer l'image de l'établissement. Enfin, la question de l'**implication communautaire** est abordée avec l'adoption d'une ligne directrice allant dans ce sens.

Ce module permettra aux participants :

- De comprendre l'importance de la durabilité des activités hôtelières
- De susciter l'engagement du personnel dans tout l'hôtel et de créer une équipe « de la durabilité »
- D'élaborer un plan de gestion de la durabilité et une politique de durabilité.

C – Tourisme durable : dimension environnementale



C.1 – Gestion de l'eau dans l'hôtellerie

[Entrer ici](#)

Le manque d'eau est déjà un problème dans de nombreuses destinations touristiques du monde entier et la situation ne peut qu'empirer. Ce module donne aux participants un aperçu de la façon dont le **tourisme** est lié à la **sécurité hydrique et au manque d'eau à l'échelle mondiale** et rappelle que l'accès à l'eau est un droit humain.

Il approfondit la question de la **consommation d'eau dans les hôtels** en attirant l'attention sur la consommation **directe** et **indirecte d'eau**. Il montre dans quelle mesure l'eau est un **facteur de coût** dans les **hôtels** et comment **réduire les coûts en maîtrisant la consommation d'eau**. Avec le **cycle de gestion de l'eau**, il démontre l'efficacité du processus de mise en œuvre de la gestion de l'eau dans un hôtel. La création d'une **équipe de gestion de l'eau** et la définition précise des **rôles** et **responsabilités** de chacun est une première étape dans la mise en œuvre d'une **stratégie efficace de gestion de l'eau**.



En outre, le cours aborde la question de la **mesure de l'empreinte hydrique** d'un hôtel en présentant des **techniques** et des **méthodes de suivi et de mesure de l'utilisation de l'eau**. Une **évaluation comparative de la consommation d'eau** est présentée aux participants afin qu'ils puissent mieux comprendre où ils se situent par rapport à d'autres. Les participants peuvent effectuer une **autoévaluation** basée sur le **suivi de la consommation d'eau** et déterminer les **possibilités d'amélioration**.



Par ailleurs, des **conseils et des mesures pratiques** visant à réduire la consommation directe et indirecte d'eau sont mis en avant et le concept **d'analyse coûts-bénéfices (ACB)** est présenté. Enfin, le cours attire l'attention sur les mesures à prendre pour **inciter le personnel et les clients à économiser les précieuses ressources en eau**. Le cours s'achève avec la présentation d'une **fiche d'autoévaluation** de la situation actuelle de la gestion de l'eau dans les hôtels des participants.

Ce module permettra aux participants :

- D'identifier le lien qui existe entre sécurité hydrique et tourisme à l'échelle mondiale
- De surveiller et gérer la consommation d'eau dans leur hôtel
- De trouver des moyens d'inciter le personnel et les clients à contribuer à économiser l'eau.

C.2 – Efficacité énergétique dans l'hôtellerie

Après le coût de la main d'œuvre, celui de l'énergie est le plus important poste de dépenses d'un hôtel. Il représente de 5 à 8% de ses coûts d'exploitation et environ 60% de ses émissions de dioxyde de carbone (CO₂).



Le cours commence par montrer l'**importance de l'énergie pour les hôtels** en mettant l'accent sur l'**efficacité de la consommation d'énergie** et en identifiant les facteurs ayant une influence sur elle dans les hôtels (par exemple le bâtiment, les caractéristiques et le fonctionnement de l'hôtel). L'**indicateur « degrés-jours »** est présenté à cette fin et quelques exemples sont donnés. Le cours établit ensuite le **lien** entre **consommation d'énergie** et **émissions de carbone**,

puis donne des informations sur la **quantité de CO₂** produite pour des **types spécifiques de générateurs d'électricité** ainsi qu'un aperçu du **calcul** de l'empreinte CO₂ des hôtels. La nécessité, pour les **parties prenantes**, de **s'engager** à gérer l'énergie est également soulignée.

En outre, le module approfondit la question de l'**évaluation de la consommation d'énergie dans les hôtels**. Il donne des précisions sur la **collecte** et l'**évaluation des données énergétiques** ainsi que sur la **création de valeurs de référence et d'étalonnage**. En particulier, l'étalonnage de la performance énergétique dans le temps ainsi que l'**addition de la consommation d'électricité** et de la **consommation de gaz naturel** sont soulignés. Par ailleurs, il aborde les **bases** du **suivi** et du **ciblage** en termes de **consommation énergétique**.



La mise en œuvre de **mesures d'efficacité énergétique** est un point crucial à examiner. Des questions importantes concernant le **fonctionnement et l'entretien** de différentes zones, l'**efficacité de l'équipement** (p. ex., éclairage, linge) et les **caractéristiques du bâtiment** sont examinées, tout comme le sont les possibilités d'amélioration.

Le cours s'achève par l'examen de questions particulières concernant l'énergie, à savoir la **gestion de l'utilisation de l'énergie dans les cuisines**, le **lien eau-énergie** et la mise en œuvre de **solutions numériques** pour mieux gérer les performances énergétiques et améliorer l'efficacité énergétique.

Ce module permettra aux participants :

- De comprendre l'importance de l'énergie dans le secteur hôtelier
- D'analyser les impacts liés à l'utilisation de l'énergie
- De calculer la consommation d'énergie dans l'hôtel
- De mettre en œuvre des mesures d'efficacité énergétique dans l'hôtel

C.3 – Gestion des déchets et économie circulaire dans l'hôtellerie

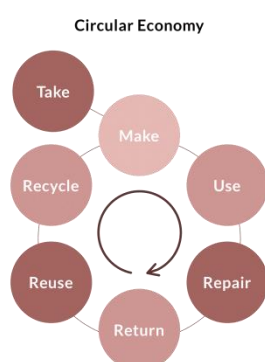
[Entrer ici](#)

Le tourisme est une source importante de déchets à l'échelle mondiale. Dans certaines régions, les touristes produisent deux fois plus de déchets que les locaux.

Ce module montre les **impacts négatifs des déchets produits dans le monde**, notamment par le tourisme, **en mettant l'accent sur les déchets plastiques**. Il indique les **lieux de production de déchets** dans les hôtels, ce qu'il en advient, et montre l'importance d'une **gestion efficace des déchets**.



En outre, le cours donne un aperçu de la **mesure** et du **suiti** du **volume de déchets produits dans un hôtel** en expliquant l'importance et les avantages d'une gestion efficace des déchets, ainsi qu'en donnant un aperçu des **moyens de mesurer les déchets dans les hôtels**. Il fournit par ailleurs un exemple d'**inventaire de déchets**. Les participants apprennent à **contrôler** leur réussite dans ce domaine et à **évaluer les mesures mises en œuvre** afin de les modifier en conséquence.



La mise en œuvre d'actions de réduction est primordiale ; c'est pourquoi les participants se familiariseront avec le concept d'**économie circulaire** et le **principe des R (réduire, réutiliser, recycler)**. Sur la base d'une **analyse de la production des déchets**, le cours présente également des **mesures concrètes** visant à **réduire le volume de déchets** dans les hôtels. Il aborde ensuite la question fondamentale de l'**approvisionnement durable** et de la façon dont il peut contribuer à réduire les déchets.

Le cours traite également de la question du **tri** et du **recyclage des déchets**. Il en souligne l'importance et esquisse dans leurs grandes lignes les options de **traitement approprié** de différents **types de déchets**. Il démontre l'efficacité des **mesures** visant à améliorer le tri et le recyclage dans les hôtels.

Le cours souligne enfin les moyens d'**impliquer le personnel, les clients et les fournisseurs** dans l'amélioration de la gestion des déchets, et donne des **conseils sur la façon de coopérer avec les fournisseurs** et de **communiquer avec les clients**. Il s'achève par la présentation d'une fiche d'**autoévaluation** de la situation actuelle de la gestion des déchets dans les hôtels des participants.

Ce module permettra aux participants :

- De comprendre les avantages d'une bonne gestion des déchets et le concept d'économie circulaire
- De déterminer le volume des déchets dans leur hôtel
- De mettre en œuvre un processus efficace de réduction et de gestion des déchets (plastiques), et d'évaluer la performance de leur hôtel en matière de gestion des déchets.

C.4 – Gestion durable des aliments dans l’hôtellerie

L’offre culinaire d’un hôtel est un élément important de la qualité du séjour du touriste.

Ce module présente le concept d’**alimentation durable** en expliquant sa **signification** et son **importance**. Il explique également le **lien entre alimentation durable** et **vacances authentiques** en montrant la **situation gagnant-gagnant** pour les différentes parties prenantes et en présentant les différentes **phases de l’alimentation durable**. Il expose enfin les **avantages** de l’offre d’aliments durables dans le domaine du tourisme.



Le cours donne en outre un aperçu de ce qu’est l’alimentation durable dans un hôtel en présentant différentes façons de mettre en œuvre une **offre alimentaire durable** et en démontrant les **responsabilités existant en la matière**. Il aborde en outre la manière **d’impliquer le personnel** et les **clients**, **d’acheter des produits alimentaires durables** et de **planifier, préparer et présenter** une offre alimentaire durable.



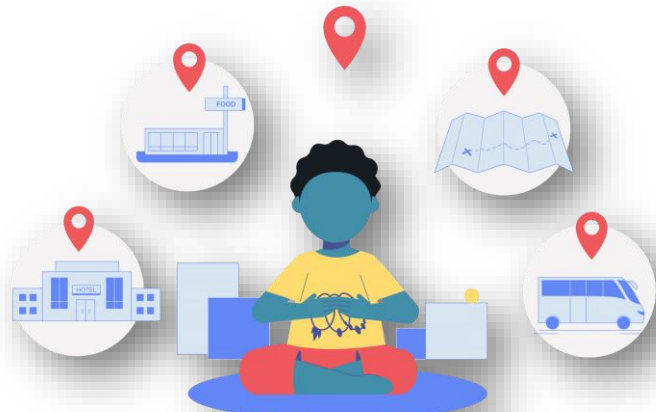
La **gestion des déchets alimentaires** est un thème essentiel abordé par le cours. Les participants se familiarisent avec l’expression « déchets alimentaires » ainsi qu’avec l’importance et les avantages de la **réduction des déchets alimentaires**. Pour finir, ils prennent connaissance d’une **étude de cas** montrant pourquoi les hôtels luttent contre les déchets alimentaires et présentant une **analyse des déchets alimentaires** effectuée dans six hôtels de l’île de Rhodes.

Le module s’achève sur la **réduction des déchets alimentaires dans les hôtels**. Il indique où et pourquoi ces **déchets sont produits** et comment les **mesurer**. Les participants se familiarisent avec la **gestion de la réduction des déchets alimentaires** en suivant une présentation sur la hiérarchie des déchets alimentaires et sur l’**implication du personnel et des clients**. Enfin, des **actions concrètes** de réduction et de suivi des déchets alimentaires sont présentées.

Ce module permettra aux participants :

- D’expliquer l’importance et les avantages d’une offre alimentaire durable et d’une gestion efficace des déchets alimentaires dans leur hôtel
- De créer leur propre offre alimentaire durable dans leur hôtel
- D’appliquer des mesures de réduction des déchets alimentaires dans leur hôtel
- D’évaluer la performance de leur hôtel dans ce domaine.

D – Tourisme durable : dimension socioculturelle



D.1 – Droits des femmes et égalité de genre dans le secteur du tourisme

[Entrer ici](#)

Les femmes sont très présentes sur le marché du travail dans le tourisme. Dans de nombreux pays, le taux d'emploi des femmes dans le tourisme est supérieur au taux moyen dans d'autres secteurs. Toutefois, beaucoup d'entre elles occupent des emplois peu rémunérés, ce qui n'est bon ni pour les femmes ni pour l'entreprise.



Dans ce module, les participants découvriront les histoires vraies de quatre femmes dont **la qualité de vie a progressé grâce à l'amélioration de leurs conditions de travail** et qui ont ainsi contribué à la réussite de l'entreprise qui les emploie.

Le cours aborde tout d'abord les principales questions concernant les **droits des femmes et l'égalité de genre**, à savoir la **discrimination** à l'égard des femmes, les **écarts en termes de salaires** et **d'opportunités de carrière**, les **conditions de travail** des femmes et le **harcèlement sexuel**. Il examine avant tout les **problèmes** liés aux **mères qui travaillent**.



Après avoir présenté les divers problèmes auxquels les femmes sont confrontées, le cours présente différentes **approches de la façon d'aborder ces défis et ces obstacles**, en particulier la **discrimination** et le **leadership**. En outre, le module aborde le thème de l'**entrepreneuriat** et du **tourisme**, ce secteur offrant des possibilités considérables aux femmes car n'exigeant pas un important financement de démarrage.

Ce module permettra aux participants :

- D'identifier les principales questions liées aux droits des femmes et à l'égalité de genre dans le tourisme
- De déterminer les effets négatifs potentiels du tourisme sur les droits des femmes.

D.2 – Protection des enfants dans le tourisme

[Entrer ici](#)



La vie des enfants peut être affectée par le tourisme de différentes façons et on sait qu'ils y sont particulièrement vulnérables. Les facteurs de risque pour les enfants augmentent parallèlement à l'accroissement de la demande de tourisme traditionnel, social, culturel et communautaire.

Dans ce module, les cadres et les dirigeants des entreprises de tourisme apprennent **comment protéger les enfants** et les **avantages** que cela représente pour leur activité. Il commence par une présentation des **droits des enfants** en

répondant à la question de savoir pourquoi les droits des enfants sont importants pour les entreprises et en présentant quelques chiffres clés du travail des enfants. Il décrit les **risques auxquels les enfants sont exposés dans le tourisme** en examinant divers moyens **d'empêcher le travail des enfants** et en considérant les **conséquences négatives du travail des parents** pour la garde et les soins des enfants. Les participants se familiarisent avec le thème du **volontourisme / volontariat** et ses **effets sur les enfants**. Le cours présente également des points essentiels qui doivent être **pris en compte** lorsqu'on offre des **opportunités de volontariat**.

Il aborde en outre la délicate question de l'**exploitation sexuelle des enfants** dans le secteur des voyages et du tourisme. Il examine les principaux aspects de l'exploitation sexuelle et cite les **groupes potentiels de délinquants sexuels**. Il présente ensuite différentes options s'offrant à **l'industrie du tourisme pour lutter contre l'exploitation sexuelle**, en mettant plus particulièrement l'accent sur « **le Code** » et ses mesures indispensables pour assurer la sécurité des enfants.



Le cours s'achève par la présentation de **mesures visant à garantir un tourisme sans danger pour les enfants** et à **empêcher le travail des enfants**. Il souligne l'importance **d'éduquer les touristes**, de promouvoir des **comportements responsables** et de proposer des **produits sans danger pour les enfants**.

Ce module permettra aux participants :

- D'expliquer ce que sont les droits des enfants, et pourquoi et comment les activités touristiques peuvent avoir un impact sur eux
- D'identifier les impacts négatifs potentiels du tourisme sur les droits des enfants,
- De contribuer à un tourisme respectueux des enfants
- De déterminer ce qu'ils peuvent faire pour lutter contre l'exploitation sexuelle des enfants dans le secteur du tourisme.

D.3 – Implication des communautés locales dans le tourisme

[Entrer ici](#)

L'implication des communautés locales dans le tourisme (ICT) est un élément clé du développement durable, de l'autonomisation et de l'appropriation !

Ce module présente la **notion d'ICT**, met en évidence le **lien qui existe entre ICT et tourisme communautaire (TC)** et permet de mieux comprendre la notion **d'entreprise inclusive**, les deux étant étroitement liés. Il expose les principales raisons d'investir dans l'ICT et montres-en quoi il est important de faire des affaires différemment.



Le cours indique différentes possibilités d'établir des **liens économiques dans le cadre de l'ICT**. Les participants apprennent comment des entreprises de tourisme (p. ex., hôtels, tour-opérateurs) dirigées par des gens de l'extérieur peuvent **intégrer la communauté locale**. Il aborde également la question du **soutien aux entreprises communautaires** et des **possibilités de création de coentreprises**, options contractuelles y compris.



En outre, il donne des explications sur les **avantages socioéconomiques**, les **difficultés** et les **impacts négatifs** liés à l'ICT, aussi bien pour l'entreprise que pour la culture communautaire/locale et l'environnement. Après avoir abordé ces questions, il présente des **idées de solutions**.

Par ailleurs, le module aborde la question de la **gestion de partenariats touristiques avec les populations locales**. Il expose, premièrement, les **principes d'investissement économique d'entreprises dans des communautés**, avant d'aborder la question de la pertinence des **compétences** et de l'**éducation** ainsi que du **développement d'un réseau de fournisseurs**. Il présente enfin cinq étapes de la création réussie d'une **coentreprise** avec des **entreprises touristiques communautaires locales**.

En conclusion, il souligne l'importance d'impliquer tout le monde, y compris le **secteur privé** et la **communauté** en tant que principaux acteurs, sans sous-estimer le rôle du **gouvernement**, des **ONG** et des **OSC**.

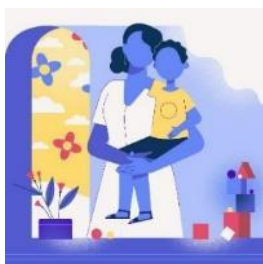


Ce module permettra aux participants :

- De savoir ce que requiert l'implication des communautés locales dans les activités touristiques
- D'identifier les acteurs de l'implication communautaire dans le tourisme
- De savoir comment intégrer les communautés locales dans les activités quotidiennes de leur entreprise
- D'expliquer en quoi investir dans l'implication des communautés locales crée une situation gagnant-gagnant pour les communautés locales et les entreprises.

D.4 – Conditions de travail décentes dans le tourisme

[Entrer ici](#)



Tout le monde veut avoir des conditions de travail décentes. Un environnement de travail sain améliore le bien-être du personnel, son épanouissement professionnel et sa productivité. Il peut potentiellement transformer l'entreprise des participants.

Ce cours débute par une explication de ce qu'on entend par **travail décent** et de l'**importance qu'il revêt pour les entreprises**. Il donne ensuite les grandes lignes de **ce qu'il faut faire et ne pas faire dans le cadre d'un travail**

décent. Il va plus loin en examinant les questions d'**égalité** et de **dignité**, notamment le besoin d'améliorer l'**équilibre de genre**, la **fraternité** et la **sororité**. Il montre également que le secteur du tourisme crée toutes sortes d'emplois et donne ainsi une chance aux personnes.

De plus, les participants apprennent les **éléments fondamentaux du travail décent** – équité, atmosphère et apprentissage. Après avoir défini ce qu'est l'**équité**, il présente les aspects importants des **conditions de travail** et de l'**environnement de travail** afin de mieux faire comprendre ce qu'est un **contexte de travail adéquat**. Enfin et surtout, il aborde la question du « **tourisme équitable** ».

Le module traite en outre des questions de **sécurité** et de **sûreté** en mettant l'accent sur les **mesures de prévention** et de **formation** en préparation d'une **urgence**. Il aborde la question délicate du **harcèlement sexuel** et présente les **mesures permettant de l'éviter**.

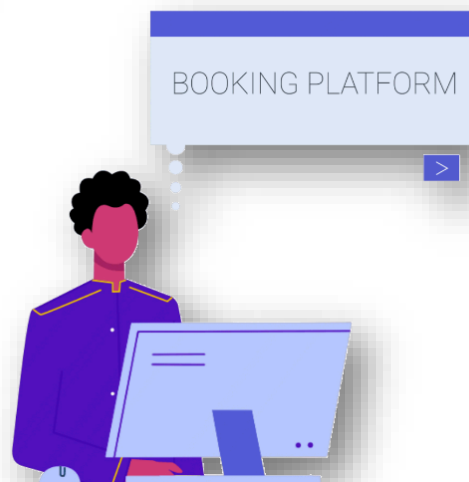
Le cours s'achève sur la question du travail décent et sur l'importance de la **communication** et du **dialogue**. Il met l'accent sur le travail d'équipe, notamment sur le **travailler ensemble** et la création d'une **vision commune**. Il montre également les étapes de la **mise en place** d'un **système de doléance** visant à traiter correctement les réclamations du personnel. Enfin, et surtout, il soulève la question de savoir en quoi le **travail décent est important** pour l'image du secteur touristique.



Ce module permettra aux participants :

- De réunir des conditions de travail décentes dans leur entreprise
- De savoir pourquoi le travail décent est important pour leur entreprise de tourisme
- D'évaluer leur entreprise touristique afin d'améliorer le cadre de travail
- De créer des mécanismes permettant de rendre leur entreprise plus attrayante pour le personnel
- D'apprendre comment améliorer les circuits de communication dans leur entreprise.

E – Création d'une entreprise



E.1 – Entrepreneuriat dans le secteur du tourisme

[Entrer ici](#)

Nombreux sont les jeunes qui ont rêvé de créer leur entreprise dans le secteur du tourisme, de **devenir entrepreneur** et d'être leur propre patron.

Ce module présente trois personnes remarquables qui ont connu une grande réussite en partant de rien. Elles donnent un **aperçu** de leurs **expériences**, leurs **difficultés** et leurs **réalisations**.



Pour commencer, le module présente la notion d'**entrepreneuriat dans le tourisme** en expliquant son **importance** et en citant les **acteurs** qui doivent être **impliqués** dans le démarrage d'une entreprise. Un bref questionnaire permet aux participants de déterminer s'ils **remplissent les conditions de base** pour être entrepreneurs.

Le cours aborde également la question de l'**innovation** et de l'**esprit d'entreprise**. Il donne des informations sur les principales **caractéristiques** de cette **façon de penser** et attire l'attention sur les principaux **traits de caractère** qui sont importants pour l'**esprit d'entreprise**, tels que l'innovation, la créativité, l'ingéniosité et l'adaptabilité. Enfin, le concept de **design thinking** est brièvement expliqué et peut contribuer à stimuler l'esprit d'innovation et d'entreprise des participants.



Ce module permettra aux participants :

- De définir les principes de l'entrepreneuriat dans le secteur du tourisme et de démontrer la façon de se lancer dans ce secteur en tant qu'entrepreneur
- De déterminer les compétences et les comportements nécessaires à l'esprit d'entreprise et d'appliquer certaines méthodes pour développer un esprit d'entreprise.

E.2 – Ce que signifie être un entrepreneur dans le secteur du tourisme

[Entrer ici](#)

Nombreux sont les jeunes qui ont rêvé de créer leur entreprise dans le secteur du tourisme, de devenir entrepreneur et d'être leur propre patron. Ce module reprend les exemples de trois entrepreneurs remarquables qui ont connu une grande réussite en partant de rien.



Le cours présente les **différents types d'entreprises** et explique aux participants comment ils peuvent **choisir celui qui leur**

convient le mieux. En outre, il souligne l'importance d'une **bonne planification** comprenant l'**analyse de la concurrence**, l'**identification** des **principales parties prenantes** et la connaissance du **marché cible**, et attire l'attention sur les **principaux points** permettant de garantir la réussite.

Le module met également l'accent sur les **questions administratives** et **financières**. Il indique quelles **tâches administratives** doivent être assurées et souligne l'importance de bénéficier de **conseils professionnels**. Les participants se feront une idée des différentes **sources de financement** leur permettant de démarrer leur entreprise et se familiariseront avec les principales étapes à franchir pendant le **processus de financement**.

Ce module permettra aux participants :

- D'évaluer les compétences et traits de caractère nécessaires pour décider du type d'entreprise qui leur convient
- D'identifier et de mettre en œuvre les principaux aspects de la planification et de la gestion de leur entreprise
- De savoir quelles obligations administratives doivent être remplies
- De connaître les options de financement disponibles pour créer leur propre entreprise de tourisme.

E.3 – Calculs dans le secteur du tourisme

[Entrer ici](#)

Toute entreprise doit gagner suffisamment d'argent pour survivre. Mais comment agir au mieux pour que l'entreprise connaisse la réussite ?

Le module aborde la question des **calculs** en expliquant les termes de **dépenses, recettes et profits**, ainsi que leur application. Ensuite, en s'appuyant sur les groupes de parties prenantes que sont les tour-opérateurs, gérants d'hôtels et propriétaires de boutiques d'alimentation, il décrit d'importants aspects des calculs, parmi lesquels les **dépenses**, les **profits ou pertes**, les **escomptes**, les **devises** et les **conversions d'ingrédients**, les **commissions**, l'**estimation des coûts**, le **calcul des marges**, la **conversion des prix de vente** et les **profits quotidiens**. Pour chacun d'eux, il donne des **exemples de calcul concrets** pour faciliter la compréhension de leur application. Pour chaque groupe de parties prenantes, une courte vidéo donne un exemple avec des observations pratiques sur le calcul.

Forts de ces connaissances, les participants peuvent facilement appliquer différents types de calculs à leurs propres activités touristiques.



Ce module permettra aux participants :

- De reconnaître l'importance de s'intéresser aux compétences de calcul et de s'y fier
- D'effectuer des calculs numériques, des mesures et des estimations et de les appliquer à des exemples liés au tourisme
- D'illustrer le processus de raisonnement sur la base de nombres et de données
- D'utiliser des données pour effectuer une analyse et une interprétation simples.

E.4 – Compétences informatiques pour les propriétaires d'entreprise

[Entrer ici](#)

De nos jours, la **connaissance de l'informatique** est indispensable dans presque toutes les entreprises – et les entreprises de tourisme n'échappent pas à la règle.



Ce module commence avec Adisa, le propriétaire d'une entreprise d'artisanat, qui entreprend de découvrir l'informatique et Internet, ainsi que divers outils en ligne particulièrement intéressants, pour son profit et celui de son entreprise.

Le cours dispense, pour commencer, des connaissances de base sur **l'utilisation des ordinateurs**, la **connexion à Internet** et **l'infrastructure nécessaire**, ainsi que sur la **protection des ordinateurs**. Les participants se familiarisent avec les **navigateurs** et les **moteurs de recherche** en découvrant les principales fonctionnalités (**boutons de navigation, historique, enregistrement des favoris, téléchargement et sauvegarde de fichiers**). Il donne également les grandes lignes d'aspects importants de la **protection en ligne** et des **moteurs de recherche**.

Il fournit un aperçu des **services en ligne** ; il présente également **Gmail** et **Google Drive** en expliquant leurs principales fonctionnalités et leur application.

Ce module permettra aux participants :

- De voir comment Internet peut aider leur entreprise à prospérer grâce aux divers services qu'il offre
- D'identifier et de réaliser des activités de commerce électronique
- D'apprendre à tirer parti des médias numériques pour créer de la valeur.

F – Commercialisation du tourisme



F.1 – Comment trouver des marchés et des canaux de vente

[Entrer ici](#)

La fabrication et la vente de produits artisanaux et de souvenirs sont des activités courantes dans le secteur du tourisme. Mais il faut se poser certaines questions : quels types de produits artisanaux ou de souvenirs se vendent bien ? Et pourquoi est-ce important ? Parce que cela a une incidence sur la demande de produits, sur la concurrence entre produits, sur les prix et la rentabilité, les canaux de vente, la promotion et par conséquent les ventes.

Ce cours aide les participants à démarrer leur propre entreprise en leur permettant de **découvrir le marché du produit** et **différentes options de vente**. Il explique l'importance d'une **étude de marché exhaustive** visant à **identifier** et **comprendre** le **marché**. Il souligne les différents aspects dont il faut tenir compte, par exemple la collecte d'**informations** sur les **concurrents**, les **clients** et les **revendeurs**. Il présente en outre les avantages d'une bonne étude de marché.



De plus, le module aborde la question des **canaux de vente** et présente les **différents types** existants. Il explique comment trouver et choisir le **canal de distribution et de vente directe et indirecte qui convient le mieux** pour un produit donné.

Ce module permettra aux participants :

- D'analyser le marché (tendances, autres produits et besoins des clients)
- De choisir un canal de vente approprié pour leurs produits.

F.2 – Création et gestion de produits touristiques

[Entrer ici](#)

Ce cours examine le processus de création et de gestion de son propre produit touristique en suivant Fatima qui a créé l'entreprise Fatima's Photo Safari Adventures et donne une multitude de conseils sur la façon de se lancer dans cette activité.



Pour commencer, il aborde la question de la **création d'un produit touristique** en soulignant l'**importance de l'expérience** qui est créée. Il approfondit ensuite le processus de création d'un produit en soulignant les étapes à suivre et les points à prendre en considération tout au long du processus (p. ex. parties prenantes, outils pratiques).

En outre, les participants se familiarisent avec l'**expérience client** et les **facteurs de réussite de la création**. Le cours explique le **processus de création de produits** en introduisant le concept de la **chaîne de valeur du « tourisme »** et en présentant les **étapes essentielles à suivre** pour créer un produit.

Le **packaging** est un autre thème abordé dans le cours, qui explique tout d'abord **pourquoi les forfaits touristiques profitent** aux clients en soulignant leurs **caractéristiques**. Il aborde ensuite la question de savoir **avec qui préparer un forfait**. En parlant des produits touristiques, la **tarification** joue également un rôle clé. **Différents types de prix** sont présentés, une explication de la **façon de fixer les prix** est donnée et enfin, des scénarios nécessitant un **ajustement des prix** sont évoqués.



Le cours s'achève sur le thème du **e-marketing** et des **réseaux sociaux** en donnant un aperçu des types de e-marketing et des façons d'utiliser les **réseaux sociaux**, en insistant sur la **création de contenus de qualité**. Les participants apprennent à élaborer un **plan de commercialisation sur les réseaux sociaux** et à reconnaître ce dont il faut tenir compte.

Ce module permettra aux participants :

- De connaître les grandes lignes de la création de produits touristiques innovants et orientés clients
- D'expliquer la différence entre service unique et forfait touristique
- De fixer un prix approprié pour le produit touristique
- De décrire les éléments clés du marketing électronique
- De planifier des actions de communication sur les réseaux sociaux pour commercialiser leur produit.

F.3 – Explorer la tarification et la promotion

[Entrer ici](#)

Fabriquer des produits artisanaux et des souvenirs est relativement simple, mais les vendre tout en gagnant de l'argent est plus difficile.

Ce cours aidera les participants à démarrer leur propre entreprise en leur faisant comprendre ce qu'est la **tarification** et la **promotion des produits**. Il leur montrera comment bien fixer le prix d'un produit en leur expliquant comment **calculer les coûts** et la **marge bénéficiaire**. Deux **méthodes d'établissement du prix de vente** sont présentées : par le **calcul** ou par des **estimations**.

En outre, le module présente divers **canaux de promotion** et de **communication** pouvant être utilisés pour faire connaître le produit aux clients. Il montre également comment choisir le **canal de vente en ligne le mieux adapté** au **produit** et au **groupe cible**.



Enfin et surtout, les participants apprennent à **appliquer** tous ces **outils de communication** pour optimiser leurs ventes.

Ce module permettra aux participants :

- De déterminer un prix raisonnable pour leur produit
- D'utiliser différents outils pour promouvoir leur produit
- De choisir le canal de vente en ligne le mieux adapté au produit et au groupe cible

F.4 – Introduction au marketing numérique pour les entreprises touristiques

[Entrer ici](#)

Aujourd'hui, pour les entreprises de tourisme, le **marketing numérique est essentiel** et incontournable. La question est de savoir comment bien faire connaître son entreprise sur les réseaux sociaux et comment toucher un très large public.

Ce module donnera un aperçu du **marketing numérique** et des **réseaux sociaux** en montrant les **façons de dialoguer** avec les **clients avant, pendant et après** le voyage. Il explique en outre comment les **réseaux sociaux** peuvent être importants pour développer une entreprise. Le cours indique comment commencer à utiliser les réseaux sociaux en **choisissant la bonne plateforme** ou en **créant du contenu**.

Il présente en **détail** quatre plateformes de réseaux sociaux (**Facebook, Instagram, Pinterest et X (ex-Twitter)**) et explique pourquoi et comment les utiliser au mieux dans le secteur du tourisme. Sur les réseaux sociaux, les meilleures pages ne valent rien si on ne peut pas trouver l'entreprise.

Les participants se familiarisent avec **Google My Business**, son **importance** et la **façon de l'utiliser**. Ils sont sensibilisés à la façon d'ajouter de bonnes **photos représentatives de l'activité**, et de **gérer les commentaires des clients**.

Ce module permettra aux participants :

- D'expliquer la valeur des médias en ligne pour promouvoir une activité touristique
- De trouver des clients potentiels grâce à des ressources en ligne appropriées pour l'activité touristique
- De créer un plan de marketing électronique
- De veiller à ce que les pages des réseaux sociaux soient de bonne qualité et très consultées.

G – Service aux clients



G.1 – Le service client dans les entreprises du secteur touristique

[Entrer ici](#)

En tant que prestataires de services, les participants veulent satisfaire leurs clients. Ils doivent pour cela non seulement répondre à leurs souhaits mais aussi réagir de manière appropriée à leurs réclamations. Le cours souligne d'abord à quel point il est **important de comprendre les exigences des clients** et explique les **différences** entre **besoins, souhaits** et **attentes**.

Il aborde en outre la question de la **qualité des services**. Il **explique comment répondre aux besoins des clients** en présentant le concept de **normes** ou de **procédures opérationnelles** ; différents scénarios et exemples sont fournis pour avoir une meilleure compréhension de ce que sont les normes dans le tourisme et de la façon de les appliquer. Les participants apprendront également quelles **méthodes** utiliser pour **chercher et résoudre les causes des réclamations**, comment **élaborer des normes** et des **plans pour les procédures opérationnelles**, et comment **comparer les performances réelles** aux normes qui ont été établies.



Enfin, le cours aborde la question de la **résolution des réclamations des clients**. Après avoir donné un aperçu des **raisons** pour lesquelles les clients se plaignent, il présente quatre **étapes essentielles** particulièrement utiles pour résoudre les réclamations des clients.

Ce module permettra aux participants :

- D'en savoir plus sur les services aux clients
- D'apprendre à identifier les besoins des clients, leurs souhaits et leurs attentes
- D'apprendre à réagir aux réclamations des clients
- De rechercher les causes des réclamations et d'y remédier.

G.2 – Service clientèle et gestion des réclamations

[Entrer ici](#)



Pour que les clients soient satisfaits, qu'ils reviennent ou qu'ils recommandent l'entreprise touristique à d'autres, **un bon service aux clients est une condition essentielle**. Bien sûr, cela inclut aussi la gestion des réclamations. L'objet de ce cours est de montrer ce qui est important en termes de services aux clients et ce que les participants peuvent faire pour satisfaire leurs clients.



Le module commence par la question de la **gestion professionnelle des réclamations** en introduisant le concept **3 CRC (considérer, clarifier, confirmer, répondre, confirmer)**, la **stratégie** et les **composantes** d'une **politique de gestion des réclamations**. Il souligne par ailleurs les points essentiels d'une **écoute active** (considérer et clarifier) et des **excuses aux clients** (« soft dollar » – choses qui ont plus de valeur que le coût réel).



De plus, les participants vont plus loin dans le domaine de la **qualité de l'expérience client** en apprenant comment **comprendre ce qu'est la satisfaction du client** (y compris le plaisir du client), **comment anticiper les besoins du client** et comment gérer la **qualité du service**, et notamment **définir** et **mesurer** la qualité du service.



Le module présente en outre différentes **méthodes de vente axées sur le client**. Il explique les **techniques de « up-selling »** (montée en gamme), de « **bolt-on selling** » (vente complémentaire), de « **cross-selling** » (vente croisée) pour un accroissement de la valeur et de « **selling in style** » (vente stylée) et présente les règles de vente.



Enfin, il insiste sur l'importance de **l'établissement d'une relation à long terme avec le client** en présentant les **avantages d'une clientèle fidèle**, en montrant les différents moyens de rester en contact avec les clients et en donnant des idées sur la façon de les inciter à revenir.

Ce module permettra aux participants :

- D'acquérir d'excellentes compétences en gestion des réclamations des clients
- D'apprendre à concevoir un éventail d'opportunités de vente concernant les services aux clients et leur satisfaction
- D'apprendre à évaluer la satisfaction des clients et à concevoir des mesures d'amélioration de la qualité dans leur entreprise
- D'améliorer la capacité de leur entreprise à fidéliser les clients et à accroître leur valeur vie.

H – Santé, sécurité et hygiène



H.1 – Comment garantir la santé et la sécurité au travail

[Entrer ici](#)

Les structures et les processus garantissant la santé et la sécurité de tous les employés d'une entreprise revêtent une importance cruciale. Cela fait notamment partie du travail des gérants d'hôtel ou de restaurant.

Ce cours présentera aux participants les **principes de santé et de sécurité** à mettre en œuvre dans leur entreprise. Il commence par la présentation de ce thème en soulignant son importance. Il attire en outre l'attention sur les **procédures de santé et de sécurité sur le lieu de travail** et explique les **raisons** du besoin de respecter les règles de santé et de sécurité, ainsi que leurs **avantages**.



Il aborde la question de savoir qui est **responsable des différentes pratiques** et quels **rôles** doivent être assumés, et traite de **tâches** et de **responsabilités** particulières. Il présente par ailleurs quelques **mesures**, notamment de formation et de **supervision**, qui doivent être prises pour **assurer la santé et la sécurité** sur le lieu de travail.

Ce module permettra aux participants :

- De définir les principes de santé et de sécurité et de les appliquer dans le tourisme et l'hôtellerie
- D'élaborer et/ou d'améliorer les procédures de santé et de sécurité sur leur lieu de travail
- De former leur personnel, leurs collègues et la communauté.

H.2 – Comment mettre en place des normes d'hygiène et des protocoles COVID-19

[Entrer ici](#)

La question de l'hygiène est une priorité absolue dans l'environnement du travail. Mais les participants savent-ils vraiment quels effets un manque d'hygiène (notamment en période de pandémie de COVID-19) peut avoir ?

Le module explique ce qu'est la **gestion de l'hygiène**, notamment en période de COVID-19 pendant laquelle des précautions particulières doivent être prises par toute l'équipe pour assurer et améliorer la santé et la sécurité des clients et des employés. Les participants se familiariseront avec la **COVID-19** et tous ses **symptômes**.

Le cours souligne en outre la nécessité d'appliquer, dans le tourisme, des **règles spéciales d'hygiène** et de **gestion de la COVID-19** visant à **rompre ou éviter la chaîne de transmission**. Il indique comment définir **clairement les responsabilités** concernant la gestion de l'hygiène et de la COVID-19 et comment procéder pour **désigner une personne de référence**, un agent d'intervention ou un responsable COVID-19 à qui seront dévolues des tâches bien précises.



Enfin et surtout, des mesures préventives et des **lignes directrices concrètes** visant à rompre la chaîne d'infection sont présentées. Les participants sont préparés à mettre en œuvre un concept « **hygiène et COVID-19** » dans leur entreprise.

Ce module permettra aux participants :

- De définir les principes de gestion de l'hygiène et de la COVID-19, de déterminer et concevoir les activités de base d'un responsable de la lutte contre la COVID-19 et de les faire appliquer sur le lieu de travail
- D'adopter et/ou d'améliorer les procédures de gestion de l'hygiène et de la COVID-19 dans leur milieu de travail
- De former leur personnel, leurs collègues et la communauté.

H.3 – Adapter la santé, la sécurité et l'hygiène à la COVID-19

[Entrer ici](#)



La COVID-19 a changé notre monde et nous devons adapter les mesures de santé, de sécurité et d'hygiène en conséquence. Ce cours fournit aux participants toutes les informations et tous les outils nécessaires pour faire en sorte que l'environnement de travail soit un lieu sûr face à la COVID-19. Il faut pour cela reconnaître et appliquer des normes **appropriées et adaptées de santé, de sécurité et d'hygiène alimentaire**.

Pour commencer, ce module montre de quelle manière le **virus impacte les questions de sécurité et d'hygiène** dans le domaine du tourisme. Il donne des indications sur la **gestion de la COVID-19**, sur les symptômes du virus et sur la **chaîne de transmission**. Il aborde également la question de savoir **qui est responsable** des pratiques de santé, de sécurité et d'hygiène dans une entreprise hôtelière.

Par ailleurs, le cours examine plus en profondeur les **mesures de santé et de sécurité** en temps de COVID-19 en **faisant la différence entre sécurité et santé**, en montrant l'importance de ces mesures dans le secteur de l'hôtellerie et en présentant les **méthodes à appliquer pour garantir la sécurité des clients et du personnel**. En outre, il donne les grandes lignes des mesures concrètes de santé et de sécurité à appliquer pendant la pandémie de COVID-19. Il présente le concept des **procédures opérationnelles standards (POS) pour la gestion de la COVID-19**.

Il attire l'attention sur la sécurité, l'hygiène et la sûreté dans les activités hôtelières et insiste sur l'importance de **former le personnel** et de mettre en œuvre des mesures de **suivi** et d'**évaluation**. Il examine par ailleurs les mesures à prendre pour assurer la propreté et la sécurité des restaurants, des chambres et des locaux et pour garantir la propreté et la sécurité des services externes offerts par les fournisseurs et les partenaires.

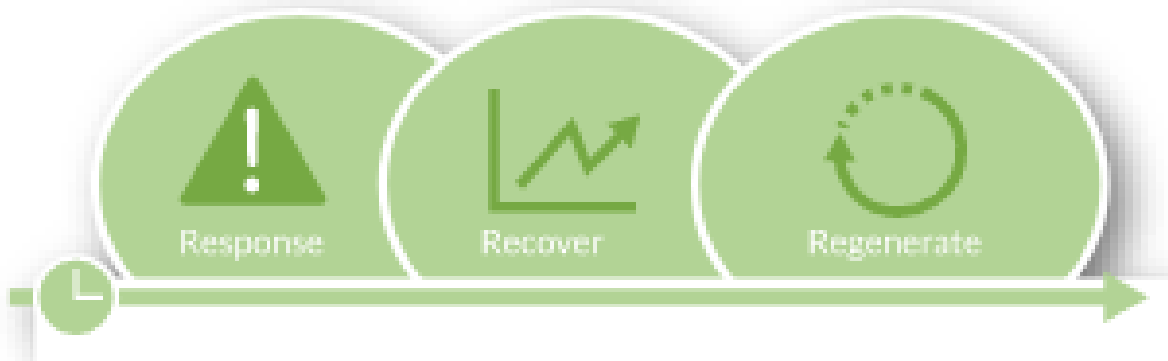


Enfin et surtout, il examine la question de **l'hygiène alimentaire dans l'hôtellerie** en période de COVID-19. Les participants se familiarisent avec les questions de sécurité et de **propreté des cuisines**, et avec **l'importance de l'hygiène en général** et de **l'hygiène personnelle en particulier**. Il aborde également la question de l'hygiène alimentaire, indique les mesures à prendre pour améliorer l'hygiène alimentaire et les méthodes à appliquer pour mieux gérer les questions de **manipulation et de stockage des aliments**.

Ce module permettra aux participants :

- De définir les principes de sécurité, d'hygiène (alimentaire) et de santé et de les appliquer dans un cadre hôtelier
- De démontrer leurs compétences de gestion de la COVID-19 dans tous les aspects et services de leurs activités hôtelières
- D'appliquer des mesures de sécurité, d'hygiène (alimentaire) et de santé dans le cadre de leurs activités hôtelières.

I – La résilience dans le domaine du tourisme



Ce cours comporte cinq unités d'apprentissage et présente les **défis** et les **avantages** liés à la **résilience dans le tourisme**. Les participants se familiarisent avec **différents aspects** de cette question.

I.1 – La résilience dans le tourisme 1 : résilience et développement durable

[Entrer ici](#)



La première partie de l'unité d'apprentissage aborde la question « **Résilience et développement durable** ». Elle commence par une explication du **rôle du tourisme dans le développement durable** en examinant l'agenda du développement durable, et notamment les **objectifs de développement durable (ODD)** en lien avec le tourisme. Elle explique en outre les **facteurs de changement** ayant une incidence sur le tourisme avant de présenter une tâche aux participants.

La deuxième partie de l'unité d'apprentissage aborde plus en profondeur le thème de la résilience en examinant les **bases de la résilience** dans le tourisme et les différents **types de résilience**. Elle étudie ensuite les **principaux facteurs ayant une influence** sur le tourisme, par exemple la pandémie de COVID-19 et le changement climatique. Elle montre aux participants **comment la résilience est liée à la notion d'échelle** en présentant les facteurs qui contribuent à la résilience dans le tourisme et en indiquant comment la **résilience est liée au contexte d'une destination** ou à une **activité** ayant un impact sur elle.



De plus, l'unité explique **comment la résilience est liée à la durabilité** en comparant les deux concepts et en présentant, pour le tourisme, les **indicateurs de durabilité communautaire** et de **résilience** pour différentes catégories (p. ex., connaissances environnementales, bien-être communautaire). Elle aborde enfin la question de savoir **comment accroître la résilience**.

Ce module permettra aux participants :

- D'expliquer le rôle du tourisme dans le développement durable en mettant l'accent sur les objectifs de développement durable (ODD)
- De décrire les différents types de résilience
- De décrire comment la résilience est liée au contexte d'une destination ou d'une entreprise qui a un impact sur sa résilience
- D'expliquer le concept de résilience et de durabilité.

I.2 – La résilience dans le tourisme 2 : les risques dans le secteur du tourisme

[Entrer ici](#)

La deuxième unité d'apprentissage sur la résilience approfondit la question des **risques dans le secteur du tourisme** en **présentant différents risques** et leur **pertinence pour le tourisme**.

Elle donne un aperçu (1) des **risques naturels**, à savoir les risques météorologiques, biologiques et géologiques, (2) des **risques anthropiques**, tels que les accidents, risques liés à des actes délibérés, à l'informatique, à des pannes d'eau ou d'électricité ou des ruptures de chaîne, et (3) des



risques spécifiques au lieu de travail. Ces derniers peuvent être classés en six catégories pertinentes pour le tourisme, à savoir les risques biologiques, chimiques, physiques, sécuritaires, ergonomiques et psychologiques, et sont expliqués dans l'unité d'apprentissage.



Un autre thème abordé par cette unité d'apprentissage est celui de la **vulnérabilité** et de l'**exposition**. Le terme vulnérabilité est présenté et des **aspects importants de la vulnérabilité**, par exemple en fonction du lieu ou du contexte, sont expliqués. Par ailleurs, des **facteurs externes** ayant une **incidence sur la vulnérabilité** d'une activité touristique sont soulignés. De plus, le terme **exposition** est défini et les questions concernant l'**exposition de l'infrastructure touristique** sont abordées.

Une **étude de cas** sur la **capacité adaptative dans le Pacifique Sud** est présentée. Les participants se font une meilleure idée du lien existant entre **les activités touristiques et la contribution de ces dernières aux risques et à l'exposition** en matière d'émissions de gaz à effet de serre et d'empreinte carbone, et apprennent que le tourisme est un secteur gourmand en ressources.



L'unité s'achève sur le thème des **catastrophes naturelles** en présentant deux **scénarios différents** d'activités touristiques, leur niveau de **préparation** et leurs **moyens de faire face** aux fortes pluies.

Ce module permettra aux participants :

- D'expliquer les différents types de risques et leur pertinence pour le tourisme
- De décrire les concepts de vulnérabilité et d'exposition
- De démontrer comment les activités touristiques peuvent contribuer aux dangers et à l'exposition
- De comprendre les moyens de se préparer et de faire face à différents scénarios de catastrophes.

I.3 – La résilience dans le tourisme 3 : faire face aux risques dans le tourisme

[Entrer ici](#)

La troisième unité d'apprentissage sur la résilience montre les mesures appropriées à adopter pour **faire face aux risques** dans le secteur du tourisme. Pour commencer, elle examine les aspects pertinents de **l'évaluation des risques** en s'attardant sur **l'identification** et la **hiérarchisation de différents types de risques**. Ensuite, elle présente le concept de la **grille des risques** permettant de classer certains risques, en expliquant les **concepts de probabilité (chances qu'ils se produisent) et d'impact (gravité)**.

Les participants se familiarisent avec les méthodes d'**évaluation de la possibilité** de risques en faisant appel à la notion de « **degré de risque** ». Ils ont en outre un aperçu des **compromis** et des **outils d'évaluation des risques**. Surtout, l'unité aborde la question de la **gestion des risques** en mettant l'accent sur la **réduction** et la **prévention des risques**. Elle souligne l'importance des **politiques**, des **plans**, des **procédures opérationnelles standards**, de la **formation/l'éducation** ainsi que de **l'utilisation rationnelle des ressources** et de la réduction des **émissions**.



Par ailleurs, l'unité explique comment **réduire l'impact des risques** en s'adaptant au changement climatique et à ses effets, en transférant, partageant et acceptant les risques et en effectuant un suivi et des évaluations.

Ce module permettra aux participants :

- D'identifier et hiérarchiser les différents types de risques
- D'évaluer et de gérer les risques en utilisant le concept de matrice des risques
- De réduire l'impact des risques en s'adaptant aux changements.

I.4 – La résilience dans le tourisme 4 : réponse des entreprises aux crises et aux catastrophes

[Entrer ici](#)

La quatrième unité d'apprentissage sur la résilience explique comment les entreprises peuvent **répondre aux crises et aux catastrophes** en se concentrant sur les trois **phases** suivantes : **préparation, réponse et rétablissement**.

Elle commence par la première phase (**préparation**) en abordant les questions de **gestion des ressources** et de **communication de crise**, notamment en ce qui concerne l'élaboration d'un **plan d'intervention d'urgence**. En outre, l'intervention d'urgence est abordée en examinant des questions telles que les **technologies de l'information** et l'**aide**



apportée aux employés. L'importance de la préparation est soulignée en attirant l'attention sur les **systems d'alerte précoce** et les **kits d'urgence numériques.**

La deuxième partie de l'unité traite de la **réponse.** Elle examine la **communication de crise**, plus précisément la **communication externe** et **interne**, la **communication avec les clients**, ainsi que les **moyens de communiquer.** Elle définit les incidents justifiant une communication de crise. Les participants se familiarisent avec la **gestion des médias** en soulignant l'importance d'un langage commun et de la coordination. En outre, les questions de **gestion des réservations** et les **politiques d'annulation** sont examinées en contexte de crise.



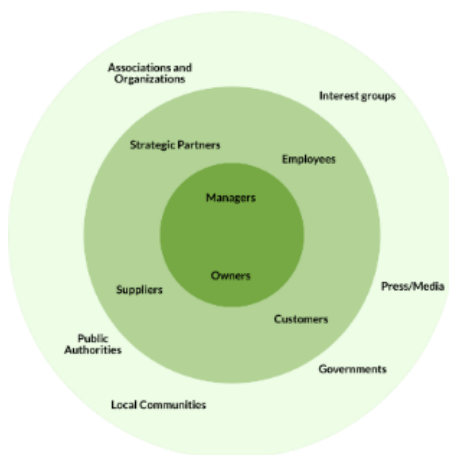
Le module s'achève par la phase de **rétablissement**, dans laquelle l'importance de la **continuité des activités** et de l'élaboration d'un **plan de reprise** est soulignée. Il examine en outre les **ressources essentielles** pour un **rétablissement rapide** ainsi que les autres solutions pouvant être envisagées. Enfin, il donne un aperçu de la **révision des offres et des marchés**, du concept de **trésorerie** et de la **gestion du personnel.**

Ce module permettra aux participants :

- De se préparer en tant qu'entreprise aux crises et aux catastrophes
- De répondre en tant qu'entreprise aux crises et aux catastrophes
- De se rétablir en tant qu'entreprise après une crise ou un désastre.

I.5 – La résilience dans le tourisme 5 : renforcement de la résilience à long terme

[Entrer ici](#)



Le module sur la résilience se termine par l'unité d'apprentissage consacrée au **développement de la résilience à long terme.**

Cette unité souligne tout d'abord l'importance des **connaissances**, de l'**information** et de l'**apprentissage** dans l'optique d'une **réponse efficace.** Elle explique ensuite le **rôle des parties prenantes** dans le développement de la résilience en présentant la **grille des responsabilités**, un outil qui aide à cartographier et à évaluer les compétences qui existent. Les participants se familiarisent avec différents types de **cartographie des parties prenantes.**

Elle aborde par ailleurs la question du développement de la résilience à travers le concept d'**innovation** axé sur le tourisme et l'hôtellerie. En outre, elle attire l'attention sur la **diversification des produits, des services et/ou des marchés**, en particulier sur la **diversification pour faire face à la COVID-19.**

Elle souligne enfin l'importance du **leadership** et de la **culture** dans le développement de la résilience en s'appuyant sur une approche holistique. Elle donne par ailleurs des informations sur les **écosystèmes résilients** et les **infrastructures résilientes**. Les participants apprennent comment contribuer à la résilience à grande échelle grâce à la présentation du concept de **position commune basée sur des valeurs**.

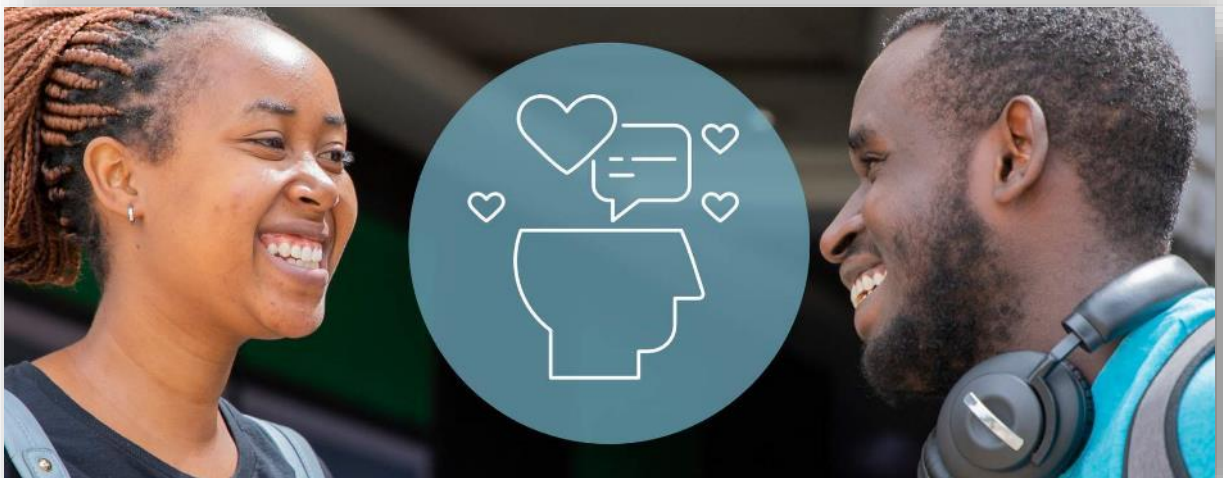


Enfin, elle met l'accent sur la **création de valeur** dont bénéficient les destinations au sens large.

Ce module permettra aux participants :

- D'expliquer le rôle des parties prenantes dans le renforcement de la résilience en examinant une matrice de responsabilité.
- De souligner l'importance de l'innovation et de la diversification dans le renforcement de la résilience
- D'appliquer les moyens de contribuer à la résilience.

J – Guide touristique



Ce cours comprend huit unités d'apprentissage et présente les **éléments fondamentaux de la profession de guide touristique**. Les participants peuvent **approfondir leurs compétences relationnelles** grâce à cette formation axée sur différents thèmes.

J.1 – Guide touristique 1 : rôles et responsabilités de la profession de guide

[Entrer ici](#)

Après une brève présentation du cours en ligne sur le métier de guide touristique, le premier module d'apprentissage traite des « **rôles et responsabilités** ». Il donne les grandes lignes des qualités requises pour être guide touristique, en examinant les **compétences essentielles** (p. ex., compétences linguistiques, compétences en communication, compétences en services aux clients) et les **principales tâches et responsabilités** des guides. Les participants découvrent en outre l'importance des guides touristiques.



Par ailleurs, l'unité indique les **conditions** devant être **remplies pour être** guide touristique, y compris les **obligations juridiques** et le **code de conduite**. Les participants apprendront également différentes définitions du « guide touristique », ainsi que les **parcours professionnels possibles** et les **éventuelles spécialisations** des guides.



Enfin et surtout, elle explique ce que signifie être un guide touristique. La question qui se pose est de savoir si les guides touristiques sont des **facilitateurs** ou des **animateurs** ; différents **types d'animation** sont également présentés. L'importance de la **première impression laissée par le guide touristique** est primordiale pour l'établissement d'une relation fructueuse avec les clients. Elle indique également **ce qu'il faut faire et ne pas faire**.

Ce module permettra aux participants :

- De comprendre les rôles et responsabilités d'un guide touristique
- De connaître les conditions requises pour devenir guide touristique.
- D'explorer les différentes spécialisations ainsi que les choses à faire et à ne pas faire dans cette profession.

J.2 – Guide touristique 2 : principales compétences I – compétences narratives et de présentation

[Entrer ici](#)

La deuxième unité d'apprentissage est consacrée aux **compétences essentielles du guide touristique**. Il s'agit notamment des **compétences de recherche**, pour une bonne planification et une bonne préparation (préparation du contenu et de la méthodologie, planification du temps et planification de la logistique) et des **compétences de communication** (processus de communication, obstacles à la communication, communication verbale et non verbale). Elle décrit en outre les **méthodes de présentation** et propose **différents types de présentations** en fonction du déroulement du voyage et des besoins des clients.



Par ailleurs, l'unité d'apprentissage introduit la notion de **suspense** dans le voyage en indiquant quels **moyens d'illustration et d'information** supplémentaires peuvent être utilisés pour enrichir **l'expérience multisensorielle** des clients.

Elle aborde également le sujet de la **technique narrative** au moyen d'un bref clip vidéo. Grâce à la série de questions posées, les participants apprennent à **préparer leur voyage guidé en ayant recours à la dramaturgie**. Avant tout, l'unité présente quatre **types différents d'expériences au cours du voyage**, à savoir les expériences sociales, exploratoires, sensuelles et « vitalistiques ».

Ce module permettra aux participants :

- D'expliquer les compétences pertinentes pour être un guide touristique telles que les compétences de recherche, les compétences de communication et les compétences de présentation
- De créer l'arc de suspense de la visite en utilisant la narration médiatique et la dramaturgie.

J.3 – Guide touristique 3 : principales compétences II – Comment parler de ...

[Entrer ici](#)

La troisième unité d'apprentissage traite de la **difficulté de parler de certaines questions** parfois délicates. Elle indique d'abord **ce qu'il faut faire et ne pas faire**, après quoi les enseignements peuvent être testés. Elle montre également comment **parler de politique, de religion et de cultures populaires** en abordant des sujets adéquats de **culture pop**. Les participants se familiarisent avec les **techniques conversationnelles** pour présenter **l'histoire** et avec les approches directes pour évoquer certaines questions et certains **thèmes de la vie quotidienne**. Elle montre également comment **aborder la question des tabous**



et du **comportement moral inapproprié**. Pour chaque sujet, les participants ont un bref exercice à réaliser pour mettre leurs connaissances en pratique.



L'**apprentissage** et la **compréhension inter-culturels** sont un élément essentiel des compétences du guide. L'unité d'apprentissage présente les **différents niveaux de compréhension et de sensibilisation interculturelles**. Elle donne des **conseils pratiques** pour différents scénarios en vue d'améliorer la compréhension interculturelle pendant le voyage.

Ce module permettra aux participants :

- D'appliquer des façons de parler des cultures populaires, de la politique et de la religion, de l'histoire, de la vie quotidienne et des tabous
- De démontrer des compétences interculturelles pour apprendre et comprendre
- D'appliquer des conseils pratiques pour améliorer la compréhension interculturelle en tournée.

J.4 – Guide touristique 4 : principes de la psychologie de groupe

[Entrer ici](#)



La quatrième unité d'apprentissage aborde la question de la **psychologie de groupe**, de la **pédagogie de groupe**, de la **gestion** et de la **logistique de groupe**. Pour commencer, les participants se familiarisent avec les principes de la psychologie de groupe en découvrant les **phases de la formation d'un groupe**, les **facteurs ayant une incidence sur la dynamique**

du **groupe** et les **stratégies de groupe**. Le module traite également de la **pédagogie de groupe** en soulignant ses objectifs, et se penche sur la **création de contenu** approprié, sur le recours à des **outils pédagogiques** pertinents, tels que la différenciation, la variation et la répétition, ainsi que sur des techniques de motivation et de questionnement.

L'unité présente également les bases de la **gestion de groupes touristiques**, qui incluent les différents aspects de la **gestion efficace du temps**, les facteurs à prendre en compte lors des exposés d'arrivée et d'introduction, la **résolution des problèmes** et la **médiation**. Enfin, les participants se familiarisent avec la notion de **logistique de groupe** en découvrant les **circuits de distribution** dans le secteur du tourisme, le **rôle des tour-opérateurs/organiseurs** de voyages, les **éventuels problèmes** d'hébergement, ainsi que les points importants concernant les **modes de transport** et les **prestataires de services**.



Ce module permettra aux participants :

- D'expliquer les principes de la psychologie de groupe
- Démontrer les principes fondamentaux de la pédagogie de groupe
- D'appliquer des techniques et des méthodes pour gérer un groupe de touristes
- D'appliquer la logistique liée au métier de guide touristique.

J.5 – Guide touristique 5 : santé et sécurité pour les guides touristiques

[Entrer ici](#)



La cinquième unité d'apprentissage aborde la question cruciale de la **santé**, de la **sécurité** et des **obligations juridiques** des guides touristiques en examinant les **aspects de santé individuelle**, ainsi que les **obligations** et les **responsabilités juridiques en matière de**

santé et de **sécurité**. Elle traite en outre des questions de santé, de sécurité et de sûreté en évaluant divers **risques** concernant les guides touristiques, en **étudiant les procédures de santé, de sécurité et de sûreté**, et en examinant les aspects de santé et de sécurité associés à la **participation de personnes âgées à l'expérience touristique**. Surtout, les participants ont un aperçu de la façon de **traiter les situations d'urgence en matière de santé** et de **gérer les crises** en cas d'incidents de nature criminelle, d'exposition à des situations dangereuses ou de décès.

Par ailleurs, l'unité aborde le sujet des **pandémies** et des **épidémies**. Elle examine les questions de **reprise** du secteur du tourisme, ainsi que la dimension **guides touristiques et COVID-19**, plus particulièrement en ce qui concerne l'élaboration d'un **plan d'urgence COVID-19**.



Ce module permettra aux participants :

- D'expliquer les exigences en matière de santé et de législation pour les guides touristiques
- De démontrer l'importance de l'évaluation des risques potentiels
- De gérer les urgences sanitaires et les crises pendant le guidage touristique
- De faire face à la pandémie de COVID-19 en cours.

J.6 – Guide touristique 6 : gérer les réclamations des clients et les urgences

[Entrer ici](#)

La sixième unité d'apprentissage traite de la **gestion des réclamations des clients et des urgences**, en commençant par l'identification des **différents types de clients** et la prise en compte de **leur diversité** dans la planification et la réalisation du voyage. Elle présente

les principaux **aspects des services aux clients**, explique en quoi ils consistent, identifie les **besoins, exigences** et **attentes** des clients et indique comment les gérer. Les participants se familiarisent avec la question délicate de la **gestion des clients difficiles** et certains aspects des **réclamations des clients**.

L'unité s'achève en montrant comment faire face aux **situations d'urgence**. Elle s'appuie sur différents scénarios d'urgence pour montrer comment **gérer différentes crises** telles que le vol, la perte de possession ou les accidents de la route.

Enfin, elle aborde la **gestion de crise** en présentant les **mesures de sécurité** et les **systèmes d'alerte précoce**.

Ce module permettra aux participants :

- D'expliquer les types de clients
- De démontrer l'importance de connaître et de gérer les attentes des clients
- D'appliquer des techniques pour traiter les plaintes des clients et savoir comment réagir en cas d'urgence.

J.7 – Guide touristique 7 : interprétation du patrimoine culturel

[Entrer ici](#)

La septième unité d'apprentissage est consacrée à l'**interprétation du patrimoine culturel**. Les participants se familiarisent avec cette question, son importance et le **rôle des guides touristiques** à cet égard. Elle présente en outre les **principes** et les **outils de l'interprétation du patrimoine culturel**.

Elle évoque les **objectifs de l'interprétation du patrimoine culturel**. Les participants se familiarisent avec la notion de **patrimoine culturel matériel et immatériel** et apprennent à **interpréter** différents types de patrimoine culturel.

Le module aborde diverses questions concernant le **patrimoine urbain et le tourisme** (p. ex. types de destinations de tourisme urbain les plus prisées, planification de visites guidées de villes) et les **visites de musées, de palais, de sites religieux** et **sacrés**. L'unité s'achève en donnant des informations sur les **sites archéologiques** et les sites du **patrimoine mondial de l'UNESCO**, ainsi que sur les points à prendre en compte pour les visites.



Ce module permettra aux participants :

- De démontrer l'importance et les principes de l'interprétation du patrimoine culturel
- De souligner la différence entre le patrimoine culturel matériel et immatériel
- D'expliquer les différents objets d'interprétation du patrimoine culturel.

J.8 – Guide touristique 8 : tourisme de nature et d’aventure

[Entrer ici](#)



La dernière unité d’apprentissage donne un aperçu du **tourisme de nature, de la faune et d’aventure**. Pour commencer, elle couvre le thème du tourisme de nature en montrant l’importance de l’**expérience de la nature** et de la gestion des **aires protégées**. Elle aborde également la question du tourisme durable en présentant les **différents types d’aires protégées** et les **options de soutien**

et de promotion de la conservation de la nature dans l’organisation de voyages guidés. Les **activités des guides touristiques de nature** sont présentées en examinant les différentes formes de tourisme de nature et les **méthodes permettant d’améliorer l’expérience de la nature** pour les touristes. Les participants se familiarisent avec le **tourisme de la faune**, notamment avec les différentes formes de tourisme animalier et de tourisme de la faune marine. Les éléments essentiels à prendre en considération dans la **planification d’une expérience de tourisme et d’observation de la faune** sont soulignés.

La deuxième partie de l’unité traite du **tourisme d’aventure** et notamment du tourisme **sportif**, du tourisme de **randonnée** et du **cyclotourisme**, ainsi que des **voyages d’aventure**. Pour chaque sujet, les **questions d’intégration** d’activités particulières **dans des forfaits touristiques standards** sont examinées, différentes **formes d’excursions** sont présentées, de même que les **exigences** concernant les guides. Elle examine également la question des **groupes de clients** pour chaque segment touristique.



Ce module permettra aux participants :

- D’expliquer les principes du tourisme durable et basé sur la nature
- D’exposer les principes du guidage dans la nature
- D’organiser des voyages d’aventure et sportifs.

3. Les parcours d'apprentissage

Les cours sont regroupés en parcours d'apprentissage thématiques et sont accompagnés de liens vers atingi (il suffit de cliquer sur le titre du cours pour suivre le lien).

Les parcours d'apprentissage
Introduction aux métiers du secteur du tourisme
Une carrière dans le tourisme
Une carrière dans l'hôtellerie
Guide touristique 1 : Rôles et responsabilités de la profession de guide
Ce que signifie être un entrepreneur dans le secteur du tourisme
Principes fondamentaux du tourisme et de l'hôtellerie
Principes fondamentaux du tourisme et de l'hôtellerie
Principes fondamentaux des activités dans le secteur de l'alimentation et des boissons
Compétences comportementales pour le secteur du tourisme
Le service client dans les entreprises du secteur touristique
Notions de base de l'entretien ménager
Principes fondamentaux de la gastronomie
Principes fondamentaux des activités dans le secteur de l'alimentation et des boissons
Le service client dans les entreprises du secteur touristique
Vocabulaire de base en anglais pour le tourisme
Comment garantir la santé et la sécurité au travail
Adapter la santé, la sécurité et l'hygiène à la COVID-19
Commercialisation du tourisme
Comment trouver des marchés et des canaux de vente
Explorer la tarification et la promotion
Introduction au marketing numérique pour les entreprises touristiques
Création et gestion de produits touristiques
Entrepreneuriat et création d'une entreprise dans le tourisme
Ce que signifie être un entrepreneur dans le secteur du tourisme
Entrepreneuriat dans le secteur du tourisme
Calculs dans le secteur du tourisme
Comment trouver des marchés et des canaux de vente
Explorer la tarification et la promotion
Création et gestion de produits touristiques
Services aux clients et gestion de la clientèle dans le tourisme
Compétences comportementales pour le secteur du tourisme
Le service client dans les entreprises du secteur touristique
Service clientèle et gestion des réclamations
Vocabulaire de base en anglais pour le tourisme
Autonomisation et droits humains dans le tourisme
Droits des femmes et égalité de genre dans le secteur du tourisme
Conditions de travail décentes dans le tourisme
Protection des enfants dans le tourisme
Implication des communautés locales dans le tourisme
Principes fondamentaux de la gestion durable dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie
Introduction au tourisme vert et propre
Intérêt de la durabilité pour les entreprises touristiques
Comment rendre son activité touristique durable

Mise en œuvre de pratiques de tourisme durable
Gestion de l'eau dans l'hôtellerie
L'avenir de l'hôtellerie durable
Efficacité énergétique dans l'hôtellerie
Gestion des déchets et économie circulaire dans l'hôtellerie
Gestion durable des aliments dans l'hôtellerie
Conditions de travail décentes dans le tourisme
Gestion de l'eau dans l'hôtellerie
Santé, sécurité et hygiène dans le secteur du tourisme
Comment garantir la santé et la sécurité au travail
Comment mettre en place des normes d'hygiène et des protocoles COVID-19
Adapter la santé, la sécurité et l'hygiène à la COVID-19
Résilience – Gestion tenant compte des risques dans le domaine du tourisme
La résilience dans le tourisme 1 : Résilience et développement durable
La résilience dans le tourisme 2 : Les risques dans le secteur du tourisme
La résilience dans le tourisme 3 : Faire face aux risques dans le tourisme
La résilience dans le tourisme 4 : Réponse des entreprises aux crises et aux catastrophes
La résilience dans le tourisme 5 : Renforcement de la résilience à long terme
Guide touristique
Guide touristique 1 : Rôles et responsabilités de la profession de guide
Guide touristique 2 : Principales compétences I – Compétences narratives et de présentation
Guide touristique 3 : Principales compétences II – Comment parler de ...
Guide touristique 4 : Principes de la psychologie de groupe
Guide touristique 5 : Santé et sécurité pour les guides touristiques
Guide touristique 6 : Gérer les réclamations des clients et les urgences
Guide touristique 7: Interprétation du patrimoine culturel
Guide touristique 8 : Tourisme de nature et d'aventure
Cours individuel
Compétences informatiques pour les propriétaires d'entreprise

4. Mentions légales

En tant qu'entreprise fédérale, la GIZ aide le gouvernement allemand à concrétiser ses objectifs en matière de coopération internationale pour le développement durable.

Publié par

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
Sièges de la société : Bonn et Eschborn
Friedrich-Ebert-Allee 32 + 36
53113 Bonn, Allemagne

T +49 228 44 60-3471
E atingi-eacademy@giz.de
I www.giz.de

Projet

L'Agence pour le secteur privé et le développement (AWE)
Coopération avec le secteur privé
Division Développement économique et social, numérisation
E tourism@giz.de
I www.wirtschaft-entwicklung.de/en

Sur mandat du

Ministère fédéral de la Coopération économique et du Développement (BMZ)