



UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA -BEJAIA



**FACULTE DES SCIENCE ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION**

DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION

Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de gestion

Option : management des établissements hôteliers

Thème :

**Impact de la crise COVID sur l'activité hôtelière
de la wilaya de Bejaïa**

Cas : Hôtel ATLANTIS AKBOU

Présenté par :

NASRI Meriem

OUKACI Yasmina

Encadré par :

Dr AZRI Khoukha

Année universitaire : 2023/ 2024

Remerciements



On remercie dieu le tout puissant de nous avoir donné la santé, la force et la volonté d'entamer et de terminer ce travail

Tout d'abord, ce travail ne serait pas aussi riche et n'aurait pas pu voir le jour sans l'aide et l'encadrement de Mme AZRI Khoukha, on l'a remercié pour la qualité de son encadrement exceptionnel, pour sa patience, sa rigueur et sa disponibilité durant notre préparation de ce mémoire

On tient à remercier chaleureusement notre responsable de la spécialité Mr OUARI MERADI pour son soutien constant, ses conseils avisés et sa disponibilité tout au long de ce projet

On tient à remercier également l'ensemble de l'équipe de l'hôtel ATLANTIS AKBOU plus précisément Mr BOUKIR LEKHDER pour son précieux soutien dans le cadre de la réalisation de notre mémoire.

Votre accueil chaleureux et votre disponibilité ont été d'une grande aide lors de nos recherches. On a particulièrement apprécié votre expertise et votre connaissance du secteur hôtelier, qui ont enrichi notre analyse et permis de mieux comprendre les enjeux de l'activité hôtelière.

On est reconnaissantes envers tous ceux qui ont contribué, de près ou de loin, à la réussite de ce mémoire avec générosité et un égard exemplaire.

Merci à tous

DEDICACE



A ma mère

Celle qui m'a encouragée à aller de l'avant par ses conseils, son soutien, assistance et sa présence dans ma vie.

A mon père

Celui qui m'a appris le sens du travail et de la responsabilité

Je voudrais vous remercier pour votre amour, votre générosité, votre compréhension Votre soutien fut une lumière dans tout mon parcours. Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour l'estime et le respect que j'ai pour vous.

A mon cher frère Rachid et ma chère sœur Nadjma qui ont toujours été l'a me soutenir et à m'encourager.

A mon fiancé Mohamed merci pour ton soutien constant tout au long de ce processus , ta présence et ton encouragement ont été essentiels pour m'aider a atteindre ce moment.

En fin à toute personne qui m'a encouragée et qui ont contribué de près ou de loin pour ce mémoire.

YASMINA

DEDICACE



Du profond de mon cœur, je dédie ce travail à tous ceux qui me sont chers

A mon papa bien aimé

Comme tu m'as toujours éduqué « mon honneur est plus cher que ma vie ». Ton amour inconditionnel et ta sagesse sont des trésors précieux dans ma vie. Si seulement tu étais là pour voir tout le chemin que j'ai parcouru dans ce mémoire et surtout pour m'encourager et partager ce moment avec moi, tu étais ma source d'inspiration et de soutien constant. Tu as toujours été un père exceptionnel, un modèle de générosité, de sagesse et d'intégrité. Ton amour inconditionnel et ton soutien indéfectible ont été ma force et ma boussole tout au long de ma vie. Tu m'as transmis des valeurs qui guideront à jamais mes pas : le respect, l'honnêteté, la persévérance et la compassion envers les autres. Bien que tu ne sois plus physiquement à mes côtés, je sais que ton esprit veille sur moi. Je puiserai dans les valeurs que tu m'as transmises la force d'avancer et de réaliser mes rêves. Ton exemple restera à jamais gravé dans mon cœur.

Je te promets de continuer à te rendre fier, en honorant ta mémoire par mes actes et en transmettant à mon tour les enseignements que tu m'as légué. Tu resteras à jamais mon exemple, mon inspiration et mon ange gardien.

A ma mère

Tu es ma force, mon soutien et ma plus grande inspiration, ta présence est un cadeau précieux dans ma vie. Je te remercie pour tout le soutien et l'amour que tu me porte depuis mon enfance et j'espère que ta bénédiction m'accompagnera toujours. Puisse Allah, le Très haut t'accorder santé, bonheur et longue vie. Je t'aime infiniment

A mes deux sœurs

NARIMENE et EDINA, vous êtes mes compagnes de vie, mes confidentes et mes meilleures amies. Vous êtes les étoiles qui illuminent ma vie, les piliers de ma force. Je suis tellement reconnaissante de vous avoir à mes côtés, votre amour, votre soutien et votre présence sont inestimable. Je vous aime fort

Mes cousines et ma tante

Vous êtes les membres précieux de ma famille, avec qui J'ai partagé tant de moments inoubliables.

A mon âme-sœur

Wacyl, mon bras droit mon confident et mon pilier, ton amour et ton soutien ont été ma force tout au long de mon parcours. Tu es ma source d'inspiration et de motivation. Merci d'être là à chaque étape de ma vie

LISTE DES ABRÉVIATIONS

EME : Economies de Marché Emergentes

HRT : Hôtellerie, de la Restauration et du Tourisme

IATA : International air Transport Association

IBS : Impôt sur les Bénéfices des Sociétés

INSEE : Institut National de Statistique et des Études Économiques

IOT: Internet Of Things

IRES : Institut de Recherche et d'Etudes Sociales

LEED: Leadership in Energy and Environmental Design

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Économique

Ofce : Observatoire Français des Conjonctures Economiques

OFCE : Observatoire Français des Conjonctures Économiques

OIT : Organisation International du Travail

OMS : Organisation Mondiale de la Santé

OMT: Organisation Mondiale du tourisme

ONS : Office National des Statistiques

ONTA : Office National des Terres Agricoles

ONU : Organisation des Nations Unies

PIB : Produit Intérieur Brut

Revenu PAB : revenu Revenu Proposé Aux Bénéficiaires

SDAT : Schéma Directeur d'Aménagement Touristiques

TAP : Taxe sur L'Activité Professionnelle

UNESCO: United Nations Scientific and Cultural Organization

UNICEF: United Nations Children's Fund

WTTC: World Travel & Tourism Council

Définition de quelques concepts

Airbnb : une plateforme en ligne qui permet aux particuliers de louer des logements à court terme

Chatbots : robot de conversation

Coworking : est une méthode d'organisation de travail qui regroupe un espace de travail partagé

HomeAway et Vrbo : Ce sont des plateformes de location de vacances similaire à airbnb

Liste des tableaux:

1	L'évolution du nombre de lit en algérie	53
2	Taux d'occupation des chambres enregistrés sur les cinq années	92
3	Tableau comparative de la masse salariale sur les cinq années	94
4	Evolution du CA de l'hotel sur les cinq années	95

Liste des figures

FIGURE 1: <i>RECETTES DU TOURISME INTERNATIONAL ET PIB MONDIAL (% VARIATION)</i>	10
FIGURE 2 : <i>ÉVOLUTION DES EXPORTATIONS DES EME</i>	17
FIGURE 3: <i>TAUX DE CROISSANCE AU PREMIER TRIMESTRE 2020</i>	18
FIGURE 4. : <i>CORRELATION ENTRE LA CROISSANCE DU PIB AU PREMIER TRIMESTRE 2020 ET L'INDICE DE SEVERITE DES FERMETURES</i>	19
FIGURE 5: <i>TENDANCES DE L'HOTELLERIE FRANÇAISE EN 2018</i>	38
FIGURE 6: <i>ÉVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION EN 2019 PAR REGIONS (PANAYOTIS, 2022)</i>	39
FIGURE 7: <i>LES CHAINES D'HOTELS EN EUROPE (LEDHAM, 2022)</i>	40
FIGURE 8: <i>VOLUME D'INVESTISSEMENT EN EUROPE (TTG, 2021)</i>	41
FIGURE 9: <i>AIR BNB (AIRBNB.COM)</i>	47
FIGURE 10: <i>LES "HOTELS CAPSULES" ET LES MICRO-HOTELS (WEB 1)</i>	48
FIGURE 11: <i>LES HOTELS "HYBRIDES (WEB 2)</i>	49
FIGURE 12 : <i>HOTELS DURABLES</i>	50
FIGURE 13: <i>ITINERAIRE DE L'EMPLACEMENT DE L'HOTEL ATLANTIS</i>	78
FIGURE 14 : <i>RESTAURANT ZAHRA</i>	79
FIGURE 15: <i>CAFETERIA BELLE VUE DE L'HOTEL ATLANTIS AKBOU</i>	80
FIGURE 16 : <i>SALLE DE CONFERENCE SOUMMAM</i>	78
FIGURE 17: <i>LA RECEPTION DE L'HOTEL ATLANTIS</i>	79
FIGURE 18 : <i>PARKING DE L'HOTEL</i>	82
FIGURE 19: <i>TERRASSE ZAHRA</i>	84
FIGURE 20: <i>SALLE POLYVALENTE ATLANTIS</i>	84
FIGURE 21 : <i>ORGANIGRAMME DE L'HOTEL</i>	87
FIGURE 22: <i>TAUX D'OCCUPATION SUR LES CINQ DERNIERES ANNEES</i>	93
FIGURE 23. <i>MASSE SALARIALE DE L'HOTEL</i>	94
FIGURE 24; <i>CHIFFRE D'AFFAIRE DE L'HOTEL SUR LES CINQ ANNEES</i>	95

Sommaire

DEDICACE

REMERCIEMENTS

LISTE DES ABRÉVIATIONS

LISTE DES FIGURES

INTRODUCTION	1
CHAPITRE I : ÉTAT DES LIEUX DE L'ACTIVITE HOTELIERE PENDANT COVID-19	6
SECTION 01 : L'EVOLUTION DE L'ACTIVITE HOTELIERE PRE-PANDEMIE.....	7
SECTION 2 : L'ACTIVITE HOTELIERE PENDANT LA COVID-19.....	14
CHAPITRE II : LE SECTEUR DE L'HOTELLERIE APRES LA COVID-19	33
SECTION 1 : LES STRATEGIES EMPLOYEES PAR LES HOTELS FACE A LA CRISE	34
SECTION 2 : LES PERSPECTIVES D'AVENIR POUR L'INDUSTRIE HOTELIERE	44
CHAPITRE III : L'ACTIVITE HOTELIERE EN ALGERIE	55
SECTION 1 : CHIFFRES CLES DU SECTEUR DE L'HOTELLERIE AVANT LA COVID-19	56
SECTION 2 : L'ADAPTATION DU SECTEUR HOTELIER PENDANT LA CRISE COVID-19.....	61
SECTION 3 : LE SECTEUR HOTELIER POST-COVID-19.....	69
CHAPITRE IV : ETUDE DE L'IMPACT DE LA CRISE ECONOMIQUE DU COVID SUR L'ACTIVITE DE L'HOTEL ATLANTIS AKBOU, BEJAIA	76
SECTION 01 : PRESENTATION DE L'ORGANISME D'ACCUEIL	90
SECTION 02 : L'IMPACT DU COVID-19 SUR L'ACTIVITE DE L'HOTEL ATLANTIS AKBOU.....	90
SECTION 03: L'IMPACT DU COVID SUR LA RENTABILITE DE L'HOTEL ATLANTIS AKBOU	95
CONCLUSION ET PERSPECTIVES	104

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ANNEXE

INTRODUCTION

INTRODUCTION

Le tourisme, une véritable fenêtre ouverte sur le monde, est devenu un phénomène incontournable de notre société moderne. Il englobe bien plus que de simples voyages et vacances, il est le reflet de nos aspirations, de nos curiosités et de notre soif de découverte, le tourisme est un domaine fascinant qui inclut un large éventail d'activités liées aux voyages et à la découverte de nouveaux endroits. Il joue un rôle essentiel dans l'économie mondiale, créant des emplois, stimulant le développement des infrastructures et contribuant à la croissance des destinations touristiques. D'ailleurs, il offre aux voyageurs l'opportunité d'explorer de nouvelles cultures, de se détendre, de s'immerger dans des paysages magnifiques et de vivre des expériences inoubliables. Cependant, il soulève également des défis tels que la durabilité environnementale, la préservation du patrimoine culturel et la gestion des flux touristiques.

De nos jours, l'activité hôtelière joue un rôle crucial dans l'industrie du tourisme et de l'accueil. En tant que secteur en constante évolution, l'hôtellerie est bien plus qu'un simple lieu de séjour pour les voyageurs. C'est une expérience immersive qui vise à offrir un service exceptionnel, une ambiance chaleureuse et des souvenirs inoubliables car, la magie de l'activité hôtelière réside dans sa capacité à transformer un simple séjour en une expérience inoubliable. Les hôtels sont bien plus que des bâtiments imposants, ce sont des lieux où le confort, l'hospitalité et le raffinement se rencontrent pour créer un véritable havre de paix pour les voyageurs. L'activité hôtelière englobe toutes les opérations et services associés à la gestion d'un hôtel. Cela comprend l'accueil et l'enregistrement des clients, la gestion des réservations, le nettoyage des chambres, la fourniture de services de restauration et bien plus encore. Les hôtels travaillent dur pour offrir à leurs clients une expérience agréable et confortable pendant leur séjour.

La COVID-19, également connue sous le nom de coronavirus, est une maladie respiratoire. Elle a été identifiée pour la première fois en décembre 2019 à Wuhan, en Chine, et s'est rapidement propagée dans le monde entier, devenant une pandémie dévastatrice. Elle a également provoqué une crise économique majeure touchant de nombreux secteurs, dont l'activité hôtelière et le secteur tertiaire. La crise économique causée par la COVID-19 a eu un impact majeur sur l'activité hôtelière et sur de nombreux autres secteurs économiques. En raison des restrictions de voyage, des confinements et des mesures de distanciation sociale, de nombreux hôtels ont connu une baisse drastique de leur taux d'occupation, voire une fermeture temporaire ou définitive. Les annulations massives de réservations et l'absence de nouveaux clients ont entraîné une chute significative des

Introduction

revenus pour de nombreux établissements hôteliers. De plus, Le secteur tertiaire, qui englobe les services, a également été fortement touché par la crise. Les restaurants, les agences de voyage, les compagnies aériennes, les entreprises de divertissement et de nombreuses autres entreprises qui dépendent du tourisme et de la consommation ont été confrontées à des difficultés financières sans précédent. Face à cette crise, de nombreux gouvernements et organisations ont mis en place des mesures de soutien économique pour aider les entreprises et les travailleurs affectés. Ces mesures comprennent des subventions, des prêts à taux réduit, des reports de paiements et des programmes de chômage partiel.

L'industrie hôtelière en Algérie offrait une diversité d'établissements, allant des hôtels économiques aux hôtels de luxe, pour répondre aux besoins et aux préférences des voyageurs. Les régions côtières, les villes historiques et les zones désertiques du pays étaient particulièrement populaires parmi les touristes. Cependant, avec l'arrivée de la pandémie de COVID-19 en Algérie le premier cas a été signalé le 25 février 2020, l'activité hôtelière a été fortement impactée, tout comme dans de nombreux autres pays. Les restrictions de voyage, les fermetures temporaires et les mesures de distanciation sociale ont entraîné une baisse significative de la fréquentation des hôtels, ce qui a eu un impact négatif sur l'économie algérienne.

Bejaia, est une magnifique ville touristique en Algérie, a toujours été une destination prisée par de nombreux visiteurs chaque année. Cependant, comme beaucoup d'autres endroits à travers le monde, Bejaia a été durement touchée par la pandémie de COVID-19 et son impact sur l'activité hôtelière. Les restrictions de voyage et les mesures de distanciation sociale ont eu un effet considérable sur l'industrie hôtelière de Bejaia, entraînant une baisse significative du nombre de touristes et des réservations d'hôtels. Cette situation a eu un impact économique important sur la ville, car l'activité hôtelière joue un rôle clé dans la génération de revenus et la création d'emplois locaux. Cependant, malgré ces défis, Bejaia se prépare à une reprise progressive en mettant en place des mesures sanitaires strictes et en développant de nouvelles stratégies pour attirer à nouveau les touristes.

Afin de vérifier l'impact de la crise du Covid sur l'activité hôtelière de la wilaya de Bejaia, nous tenterons de traiter la thématique à travers l'hôtel Atlantis akbou : **« Quel est l'impact du COVID-19 sur l'activité hôtelière de l'hôtel Atlantis AKBOU à Bejaia? »**

Nous nous appuierons ensuite sur les deux sous-questions proposées ci-dessous pour compléter notre travail de recherche, ainsi que sur plusieurs autres questions que nous découvrirons dans notre contexte.

Introduction

P01 : « Quel est l'impact du Covid sur le type de clientèles et des services offert par l'hôtel Atlantis ? »

P02 : « Quelles sont les mesures sanitaires prise par l'hôtel Atlantis AKBOU ? »

P03 : « Quel est l'impact du Covid sur le chiffre d'affaire de l'hôtel Atlantis AKBOU ? »

Le but de ce mémoire est d'analyser les effets de la pandémie de COVID-19 sur l'activité hôtelière à l'Hôtel Atlantis Akbou. Pour atteindre cet objectif, nous avons formulé plusieurs hypothèses de recherche qui guideront notre étude. Ces hypothèses sont basées sur des observations préliminaires et des discussions avec des experts du secteur. Elles nous permettront d'explorer différents aspects de l'impact de la pandémie sur l'hôtel,

Hypothèse 01 : La COVID-19 a impacté l'hôtel en changeant la clientèle vers plus de locaux et en adaptant les services pour assurer la sécurité et répondre aux besoins de distanciations sociale, c'est une période de grand ajustement pour l'industrie hôtelière, l'offre de services supplémentaires tels que la livraison de repas en chambre à l'hôtel Atlantis Akbou lui a permet de maintenir un certain niveau d'activité malgré la crise.

Hypothèse 02 : Les mesures sanitaires prises par l'hôtel Atlantis Akbou sont essentielles pour garantir la sécurité et le bien-être de ses clients. Dans le contexte de la pandémie de Covid-19, de nombreuses précautions ont été mises en place. A probablement mis en place divers mesure pour faire face à la pandémie, comme le renforcement des protocoles sanitaires et la promotion de la distanciation sociale pour assurer la sécurité des clients et du personnel

Hypothèse 03 : L'impact du COVID-19 sur le CA a été significatif au raison de la baisse du tourisme international et des restrictions de déplacement. Cela a entraîné une diminution des revenus, mais des ajustements on peut être fait pour attirer une clientèle locale et s'adapter à la situation, la crise du Covid a affecté de manière générale la demande pour les services de l'hôtel Atlantis ce qui a engendré une baisse du chiffre d'affaire et la réalisation de perte exceptionnelle

Méthodologie de recherche :

Nous avons effectué un stage de 30 jours au sein de l'hôtel Atlantis AKBOU afin de recueillir des données et des informations pour notre recherche bibliographique. Pendant ce stage, nous avons eu l'occasion de collecter des informations et de réaliser un entretien avec le responsable de l'hôtel. Une réelle expérience pratique dans le domaine de l'hôtellerie. Cela nous a permis

Introduction

d'enrichir notre recherche avec des données concrètes et d'avoir une meilleure compréhension de l'industrie hôtelière.

Le plan

Pour atteindre notre objectif et fournir des éléments de réponse à notre travail, nous allons présenter la méthodologie adaptée. Pour ce faire, nous allons segmenter le travail en 04 chapitres.

Dans ce travail, nous allons explorer l'activité hôtelière à travers différents chapitres. Le premier chapitre abordera l'état de l'industrie hôtelière pendant la COVID-19, en commençant par son évolution pré-pandémie, puis en analysant l'impact de la COVID-19 sur l'activité hôtelière.

Le deuxième chapitre sera consacré au secteur de l'hôtellerie après la COVID-19. Dans la première section, nous étudierons les stratégies employées par les hôtels pour faire face à la crise et maintenir leur activité. Enfin, nous aborderons les perspectives d'avenir pour l'industrie hôtelière dans une deuxième section, en examinant les défis et les opportunités qui se présentent.

Dans le troisième chapitre, nous allons pencher sur l'activité hôtelière en Algérie. Dans la première section, on va parler des chiffres clés du secteur de l'hôtellerie avant la pandémie. On examinera les données importantes pour mieux comprendre la situation du secteur à cette époque. Ensuite, dans la deuxième section, se concentrer sur l'adaptation du secteur hôtelier pendant la crise de la COVID-19. On va explorer les différentes mesures prises par les hôtels pour faire face à cette situation. Enfin, dans la troisième section, on va s'intéresser au secteur hôtelier post-COVID-19. On va étudier les perspectives et les changements attendus dans le secteur une fois que la pandémie sera passée.

Dans le quatrième chapitre, nous allons se concentrer sur l'étude de cas de l'hôtel "ATLANTIS AKBOU". Dans la première section, on va présenter l'organisme d'accueil, c'est-à-dire l'hôtel Atlantis Akbou, en fournissant des informations sur son emplacement, son histoire et ses caractéristiques. Dans la deuxième section, nous allons analyser l'impact du COVID-19 sur l'activité de l'hôtel. Nous examinerons comment la crise sanitaire a affecté les réservations, l'occupation des chambres, les revenus et les services offerts par l'hôtel. Enfin, dans la troisième section, nous allons étudier l'impact du COVID-19 sur la rentabilité de l'hôtel Atlantis Akbou. Nous allons évaluer les pertes financières subies par l'hôtel en raison de la pandémie et discuter des mesures prises pour atténuer ces effets négatifs.

Ce plan nous permettra d'analyser en profondeur les différentes facettes de l'industrie hôtelière, en prenant en compte les changements et les adaptations nécessaires face à la pandémie de COVID-19.

Chapitre I :

*État des lieux de l'industrie
hôtelière pendant COVID-19*

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

CHAPITRE I. : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

L'industrie hôtelière dans le monde entier connaît une croissance significative. Avec l'essor du tourisme international et des voyages d'affaires, de plus en plus de personnes recherchent des hébergements de qualité. Les grandes chaînes hôtelières continuent de se développer, offrant des services de luxe et des expériences uniques. En même temps, de plus en plus de voyageurs optent pour des hébergements alternatifs tels que les locations de vacances et les auberges de jeunesse. L'industrie hôtelière doit donc s'adapter aux nouvelles tendances et offrir des expériences personnalisées pour se démarquer. C'est un domaine passionnant et en constante évolution.

En 2019 le secteur hôtelier est l'un des plus touché par la crise sanitaire lié à la covid-19 qui a entraîné une chute historique de la fréquentation touristique des restrictions de mobilité et de mesures de confinement. La pandémie de la Covid-19 (coronavirus disease 2019) est une crise sanitaire provoquée par une maladie infectieuse émergente apparue fin 2019 en Chine continentale, plus précisément dans la ville de Wuhan, située dans la province de Hubei. Le coronavirus "SARS-CoV-2" est à l'origine de cette pandémie mondiale déclarée le 11 mars 2020 par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS). Les coronavirus sont des virus de la famille des Coronaviridae, qui sont responsables d'infections respiratoires et digestives chez l'Homme et l'animal. Le nom « coronavirus », du latin signifiant « virus à couronne », est dû à l'apparence de ses particules virales portant des excroissances qui évoquent une couronne. L'acronyme SARS signifie quant à lui l'effet du coronavirus, « syndrome respiratoire aigu sévère » en anglais. Au cours du 21^{ème} siècle, trois épidémies mortelles sont déjà survenues¹

Ce chapitre est composé de deux (02) parties, la 1^{ère} section nous allons explorer l'évolution de l'industrie hôtelière avant la pandémie, en commençant par explorer les notions et définitions clés du secteur hôtelier. Ensuite, nous nous pencherons sur la situation avant l'arrivée du covid- 19 en mettant en lumière les chiffres clés du secteur hôtelier et les facteurs qui ont contribué à son activité florissante. Toutefois, nous ne manquerons pas d'aborder les contraintes et défis auxquels l'industrie a dû faire face.

Dans la 2^{ème} section de ce chapitre on va explorer comment l'activité hôtelière a été impactée pendant la période de la pandémie. On va voir les conséquences du covid-19 sur

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

les hôtels, comment ça a affecté leur performance financière, et les défis qui ont dû relever. On abordera également la gestion des ressources humaines et des coûts en période de crise, les mesures sanitaires mises en place dans les établissements hôteliers et les stratégies de survie adoptées par les hôtels pendant cette période difficile.

Section 01 : l'évolution de l'activité hôtelière pré-pandémie

Avant la pandémie de Covid-19, l'industrie hôtelière dans le monde était en plein essor. Les destinations touristiques étaient animées, les hôtels affichaient souvent complet et les voyageurs profitaient de leurs séjours. Cependant, avec l'arrivée de la pandémie, l'industrie hôtelière a été fortement impactée. Les restrictions de voyage, les confinements et les mesures sanitaires ont entraîné une chute significative du tourisme et de la demande d'hébergement. De nombreux hôtels ont dû fermer temporairement ou réduire leurs activités. Cependant, avec l'assouplissement progressif des restrictions, l'industrie hôtelière se rétablit lentement. Les hôtels ont mis en place des protocoles de santé et de sécurité pour assurer la protection des clients. Bien que la reprise soit encore en cours, l'industrie hôtelière montre une résilience remarquable et s'adapte aux nouvelles réalités pour accueillir à nouveau les voyageurs.

1.1. Notion et définitions

1.1.1 Le tourisme :

Définir le tourisme n'est pas facile ; cependant, la dernière définition adoptée par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et la Commission nationale de statistique United Airlines est la référence pour tous les pays membres: "Les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs" (Meyer, 2005)

Toutefois, comme l'explique Christine Demen-Meyer, dans cette définition, il ne s'agit que de recommandations et chaque pays peut donc préciser ses propres concepts selon ses spécificités.

Selon l'OMT : le tourisme est « le fait de voyager de parcourir pour son plaisir, un lieu autre que celui où l'on vit habituellement et pour lesquelles le lieu de séjour n'est ni résidence principale et durable, ni lieu de travail usuel. C'est donc l'ensemble des activités liées aux déplacements des personnes, et par extension aux séjours des étrangers sur une

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

certaine distance dans le cadre d'une activité de loisir. » (Dictionnaire encyclopédique Larousse).

1.1.2 L'activité hôtelière :

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

Cette activité est souvent associée à deux autres donnant le secteur « hôtellerie-restauration cafés » (couramment appelé HORECA), ou au niveau international, selon le Bureau international du travail, au secteur plus large de « l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme » (Guillaneuf, 2023)

Le terme « hôtellerie » porte donc un sens large et désigne non seulement les hôtels mais également toutes les professions d'accueil. Un hôtel n'est pas simplement un ensemble de chambres, de services alimentaires mais aussi un business orienté par les changements des comportements de la clientèle

1.1.3 Hébergement :

L'hébergement dans l'industrie hôtelière concerne principalement l'endroit où les clients séjourneront ainsi que les commodités dont ils disposent. Des propriétés de luxe aux hôtels et auberges économiques, chaque emplacement est conçu pour répondre à vos besoins discrets. On peut affirmer que les logements représentent la véritable épine dorsale du secteur de l'hôtellerie et, par conséquent, la direction mettra beaucoup l'accent sur ce qu'ils ont à offrir (Fastercapital, 2024)

1.1.4 Restauration

La restauration en hôtellerie est un service essentiel qui offre une expérience culinaire aux clients de l'hôtel. Cela comprend la préparation et le service de repas dans les restaurants de l'hôtel. Certains hôtels proposent différents types de restauration, tels que des restaurants à la carte où vous pouvez choisir parmi un menu varié, des buffets qui offrent une sélection de plats variés, ou encore des cafés où vous pouvez déguster des boissons et des collations légères. La restauration en hôtellerie vise à offrir une expérience gastronomique de qualité et à satisfaire les besoins et les préférences des clients (Pam, 2024).

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

1.1.5 Réception

La réception en hôtellerie est un point central de l'hôtel où les clients peuvent s'enregistrer, obtenir des informations sur les attractions locales, demander de l'aide ou poser des questions à tout moment, car elle est ouverte 24 heures sur 24. C'est là que vous serez accueilli à votre arrivée et où vous pourrez obtenir des clés de chambre, des conseils sur les restaurants et les activités à proximité, ainsi que toute autre assistance dont vous pourriez avoir besoin pendant votre séjour. La réception est là pour rendre votre expérience à l'hôtel aussi agréable et pratique que possible (Palierse, 2021)

1.1.6 Administration

L'administration en hôtellerie englobe différentes tâches qui contribuent au bon fonctionnement de l'établissement. Cela peut inclure la gestion des réservations, l'accueil des clients, la gestion des comptes et des paiements, la coordination des services internes tels que le nettoyage et l'entretien, ainsi que la gestion du personnel. L'objectif principal de l'administration en hôtellerie est de fournir un service de qualité aux clients et de veiller à ce que leur séjour se déroule sans problème (Revfine, 2024).

1.1.7 Autres services

En plus des services mentionnés précédemment, il existe d'autres services couramment proposés dans l'industrie hôtelière. Certains hôtels proposent des services de conciergerie, WI- FI gratuit, piscine, salle de sport, spa parking, service de navette, salle de réunion et de conférence pour les clients d'affaire, ... (Barten, 2024)

1.2.La situation avant la covid-19

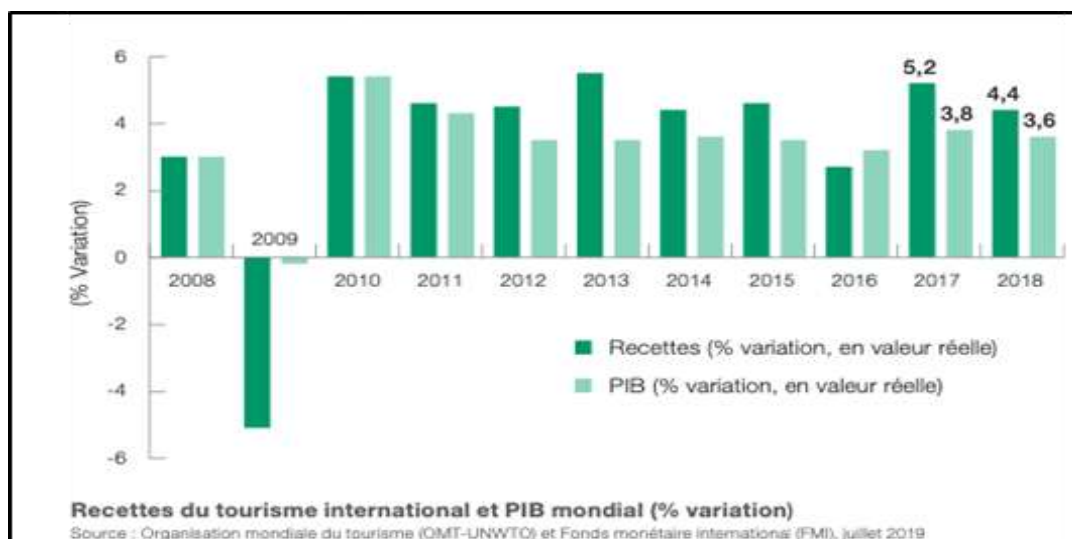
Le tourisme mondial a consolidé sa croissance en 2019 avec un enregistrement de 1,5 milliards de touristes internationaux. C'est une hausse de 4% par rapport à 2018 et on s'attendait à ce que ce taux soit plus ou moins identique pour l'année 2020. Le cap des 1,4 milliards de touristes a été atteint en 2018 alors que l'OMT (Organisation Mondiale du Tourisme) l'avait prévu en 2020, ce qui démontre une croissance rapide du secteur du tourisme.

De plus, comme le démontre le rapport de 2019 publié par l'OMT, la croissance du tourisme international reste supérieure à celle de l'économie mondiale (voir graphique ci-dessous).

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

De plus, pour la septième année consécutive, les exportations touristiques ont augmenté plus vite que les exportations de marchandises (Visseyrias, 2024)

Figure 1: Recettes du tourisme international et PIB mondial (% variation)



Source : organisation mondiale du tourisme (OMT)

Dans ce même rapport de l'OMT, il est expliqué quels sont les motifs de voyage ainsi que leur proportion, et les modes de transports pour ces voyages. Il en ressort que 56% des voyages sont des voyages « loisirs », des vacances, 27% ont pour motif la famille, les amis, la santé ou la religion. Par ailleurs, 13% des voyages sont d'ordre professionnel, des voyages d'affaires. Les loisirs sont le premier motif de voyage dans toutes les régions du monde, à l'exception du Moyen-Orient. Cette tendance ne cesse d'augmenter : la part des voyages de loisirs est passée de 50% en 2000 à 56% en 2018 (OMT, 2024).

Cette croissance du tourisme international au fil des années peut s'expliquer en grande partie par le développement des compagnies aériennes à bas coût dans les années 2000. Le progrès des transports aériens, la diminution du besoin d'escales techniques et l'essor de la globalisation fin des années 1990, ont permis à ces compagnies de prendre de l'ampleur, pour rentrer dans un schéma de « hypermobilité touristique ». De plus en plus normalisée l'utilisation d'Internet est également considérée comme un facteur contribuant à cette nouvelle ère d'hypermobilité en raison de la facilité à s'informer et organiser ses déplacements.

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

On a pu également constater que les transports représentaient à eux seuls environ un tiers des émissions de gaz à effet de serre. C'est ainsi que l'on a pu distinguer les prémices d'un tourisme plus vert, un éco-tourisme. Cette tendance est une forme de tourisme durable, centré sur la nature, voire l'écologie urbaine. A l'inverse du tourisme de masse et de l'hypermobilité, l'éco-tourisme intègre une dimension éthique et écocitoyenne dans sa pratique (l'UNWTO, 2024).

1.3. Les facteurs de croissance de l'activité hôtelière

1.3.1. Croissance économique mondiale

- La croissance économique mondiale a entraîné une augmentation du nombre de personnes pouvant se permettre de voyager et de séjourner dans des hôtels.
- L'augmentation du PIB par habitant dans les pays émergents a contribué à l'essor d'une nouvelle classe moyenne friande de voyages (FMI, 2024)

1.3.2. Essor du tourisme international:

Le développement des infrastructures de transport, comme les low-cost Airlines, a rendu les voyages plus accessibles et abordables.

La diversification des destinations touristiques et l'essor du tourisme d'aventure ont attiré une clientèle plus large (OMT, 2024)

1.3.3. Changement des modes de vie:

- L'augmentation du nombre de familles monoparentales et de couples sans enfants a favorisé les voyages et les séjours à l'hôtel.
- La tendance à la flexibilisation du travail a permis aux gens de voyager plus facilement en dehors des périodes de vacances scolaires (Ozento, 2022).

1.3.4. Essor des plateformes de réservation en ligne:

- Des plateformes comme Booking.com et Airbnb ont facilité la recherche et la réservation d'hôtels, favorisant la comparaison des prix et la transparence.
- Elles ont également permis aux petits hôtels indépendants de se faire connaître et d'accéder à une clientèle internationale (DGCCRF, 2024).

1.3.5. Développement du tourisme d'affaires:

La mondialisation a entraîné une augmentation du nombre de voyages d'affaires et de conférences internationales.

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

Les hôtels ont développé des services et des infrastructures adaptées aux besoins des voyageurs d'affaires (OMT, 2024)

1.3.6. Investissements dans le secteur hôtelier:

Les fonds d'investissement et les groupes hôteliers ont investi massivement dans la construction et la rénovation d'hôtels.

L'émergence de nouvelles marques et de concepts innovants a contribué à la diversification de l'offre hôtelière (OMT, 2024)

1.3.7. Développements technologiques :

- Plateformes de réservation en ligne et application mobile facilitant la recherche et la réservation d'hôtel
- Outils de marketing numérique permettant aux hôtels de mieux cibler et atteindre leur client potentiel (OMT, 2024)

1.3.8. Facteurs géopolitiques

- Stabilité politique et économique dans de nombreuses régions du monde
- Assouplissement des politiques de visa et d'immigration, facilitant les voyages internationaux
- En plus de ces facteurs, d'autres éléments ont contribué à la croissance de l'activité hôtelière avant la COVID-19, tels que :
- L'augmentation des événements sportifs et culturels d'envergure internationale.
- Le développement du tourisme durable et responsable.
- L'essor des voyages culinaires et gastronomiques (DGCCRF, 2024).
- Il est important de noter que la croissance de l'activité hôtelière n'était pas uniforme à l'échelle mondiale.

Certaines régions, comme l'Asie-Pacifique et l'Afrique, ont connu une croissance plus forte que d'autres. De même, certains segments de l'hôtellerie, comme le luxe et l'hôtellerie d'affaires, ont été plus dynamiques que d'autres segments (DGCCRF, 2024).

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

1.4. Les contraintes et défis rencontrés

1.4.1. Pénurie de main-d'œuvre:

- Difficultés à recruter et à fidéliser du personnel qualifié, notamment dans les métiers de l'hôtellerie-restauration
- Saisonnalité de l'activité, qui rend difficile la gestion des effectifs. (OIT, 2010)

1.4.2. Hausse des coûts:

Augmentation des prix des denrées alimentaires, des boissons et de l'énergie

- Coûts de construction et de rénovation élevés.
- Charges fiscales et sociales importantes (OIT, 2010)

1.4.3. Concurrence accrue:

- Développement des plateformes de réservation en ligne, qui ont accru la transparence des prix et la concurrence entre les hôtels.
- Multiplication des offres d'hébergement alternatif, comme Airbnb (OMT, 2024).

1.4.4. Évolution des attentes des clients :

- Les clients sont de plus en plus exigeants et à la recherche d'une expérience personnalisée
- Importance croissante des avis en ligne et des réseaux sociaux dans la décision des clients (Deloitte, 2022).

1.4.5. Réglementation

- Contraintes administratives et normes de sécurité strictes.
- Difficultés à obtenir des permis de construire et d'exploitation. Dans certains pays tels que : la France, Espagne, Etats-Unis, Canada, Japon, Maroc... (DGCCRF, 2024).

1.4.6. Impact environnemental :

- Consommation importante d'eau et d'énergie.
- Production de déchets importante (OMT, 2024).

1.4.7. Risques économiques:

- Vulnérabilité aux fluctuations économiques et aux crises.

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

- Dépendance du tourisme et des voyages d'affaires

Selon les données de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), l'industrie hôtelière enregistrait une croissance de 5,5 % en 2019, avec des prévisions de ralentissement à 4,1 % en 2022 et une stabilisation à 3,2 % en 2023, pour retrouver les niveaux d'avant la pandémie. Les effets de la pandémie sur l'activité hôtelière ont été significatifs, avec des perspectives divergentes quant à la reprise. Certains estiment un retour aux niveaux d'avant la Covid-19 en 2024, tandis que d'autres prévoient une reprise plus prudente s'étalant jusqu'en 2025 (Mashayekhi, 2019).

Section 2 : l'activité hôtelière pendant la covid-19

Pendant la COVID-19, l'activité hôtelière a été grandement affectée. De nombreux hôtels ont dû fermer temporairement ou réduire leurs services en raison des restrictions sanitaires. Certains ont mis en place des mesures de sécurité supplémentaires, comme le renforcement des protocoles de nettoyage et de désinfection, la distanciation sociale et l'utilisation de masques. Il est important de vérifier les politiques spécifiques de chaque hôtel avant de réserver pour vous assurer d'avoir une expérience sûre et agréable (Lissorgues, 2024).

L'activité hôtelière pendant la pandémie de Covid-19 a été fortement impactée. Selon les experts du secteur, l'hôtellerie ne devrait pas retrouver son niveau d'activité de 2019 avant 2022 au mieux, en France et en Europe plus largement. La crise a entraîné des fermetures d'hôtels, un recours massif au chômage partiel, et une interruption du trafic aérien, affectant profondément le secteur du tourisme et de l'hôtellerie. Les conséquences humaines de la crise sur le secteur hôtelier ont été significatives, avec des impacts sur l'emploi et les modalités de travail pendant et après la crise (LHC, 2019).

2.1. L'impact de la crise covid-19 sur l'activité hôtelière

2.1.1. L'impact humain

La pandémie de Covid-19 a eu un impact humain profond sur l'industrie hôtelière, touchant de nombreuses personnes à différents niveaux (KMG, 2022):

2.1.1.1. Impact sur Les employés du secteur hôtelier

- **Pertes d'emplois massives:**

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

Organisation Internationale du Travail (OIT): Selon un rapport de l'OIT, le secteur du tourisme a perdu 25 millions d'emplois en 2020 à cause de la pandémie, soit une baisse de 60% par rapport à 2019 (Deloitte, 2024)

World Travel & Tourism Council (WTTC): Le WTTC estime que 62 millions d'emplois dans le secteur du tourisme et des voyages pourraient être perdus en 2020 et 2021 en raison de la pandémie (Palierse, 2020)

Condition de travail difficile :

- **Accroissement de la charge de travail et du stress:** Mise en place de protocoles sanitaires stricts, distanciation sociale, etc.

- **Peur de la contagion et incertitude quant à l'avenir:** Impact psychologique important, anxiété, dépression, épuisement professionnel.

- **Enquête de l'Institut de recherche et d'études sociales (IRES):** L'enquête révèle que 70% des employés du secteur hôtelier en France ont déclaré souffrir de stress lié à la crise sanitaire.

2.1.1.2. Impact sur les clients et touristes :

Annulation de voyages et séjours :

- **Selon les Données de l'Association Internationale du Transport Aérien (IATA) :** Le trafic aérien mondial a chuté de 60% en 2020 par rapport à 2019
- **Plateforme de réservation Booking.com:** Baisse de 70% des réservations d'hôtels en 2020 par rapport à 2019 (Tinext, 2020)

Incertitude et peur de voyager :

- **Enquête de l'Ipsos :** 60% des Français déclarent avoir peur de voyager en raison de la pandémie
- **Baromètre Orchestra :** Baisse de 30% de l'intention de voyager en France en 2021 par rapport à 2019 (Tinext, 2020)

Adaptation aux nouvelles exigences :

- **Respect des protocoles sanitaires:** Port du masque, distanciation sociale, gel hydroalcoolique, etc.

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

- **Flexibilité et annulation gratuite:** Demande accrue de flexibilité et de conditions d'annulation plus souples (Tinext, 2020)

2.1.1.3. Impact sur les communautés locales:

Dépendance au tourisme:

- **WTTC:** emploi sur 10 dans le monde dépend du secteur du tourisme
- **Nations Unies:** Le tourisme représente 20% du PIB mondial et 10% des emplois dans le monde.
- **Impact économique :** La baisse du tourisme a eu un impact négatif sur les économies locales dépendantes de l'industrie hôtelière (OTM, 2024).
- **Perte de revenus pour les artisans et les petits entrepreneurs :** La crise a touché de plein fouet les artisans et les petits entrepreneurs qui dépendent des touristes.
- **Augmentation de la pauvreté et des inégalités :** La pandémie a aggravé la pauvreté et les inégalités dans les communautés locales dépendantes du tourisme.
- **Chute du taux d'occupation :** Le taux d'occupation moyen des hôtels a chuté de manière significative dans le monde entier. En 2020, il a atteint 43,4% en moyenne, soit une baisse de 55,8% par rapport à 2019
- **Perte de revenus :** La perte de revenus pour l'industrie hôtelière mondiale a été estimée à 455 milliards de dollars en 2020 (Tinext, 2020)
- **Fermetures d'hôtels :** De nombreux hôtels ont été contraints de fermer temporairement, voire définitivement, en raison de la crise. En 2020, 35% des hôtels dans le monde étaient fermés (Tinext, 2020).
- **Licenciements et chômage :** La crise a entraîné des pertes d'emplois massives dans le secteur hôtelier. En 2020, 67 millions d'emplois dans le tourisme ont été perdus dans le monde (OTM, 2024).

2.1.2. L'impact économique

Début 2020, l'épidémie de la Covid-19 était essentiellement limitée à la Chine, mais elle s'est ensuite très rapidement diffusée dans le reste du monde. Afin de désamorcer cette crise, de nombreux pays ont mis en place des mesures de confinement incitant les populations à limiter leurs interactions physiques. Toutes ces mesures ont provoqué l'arrêt

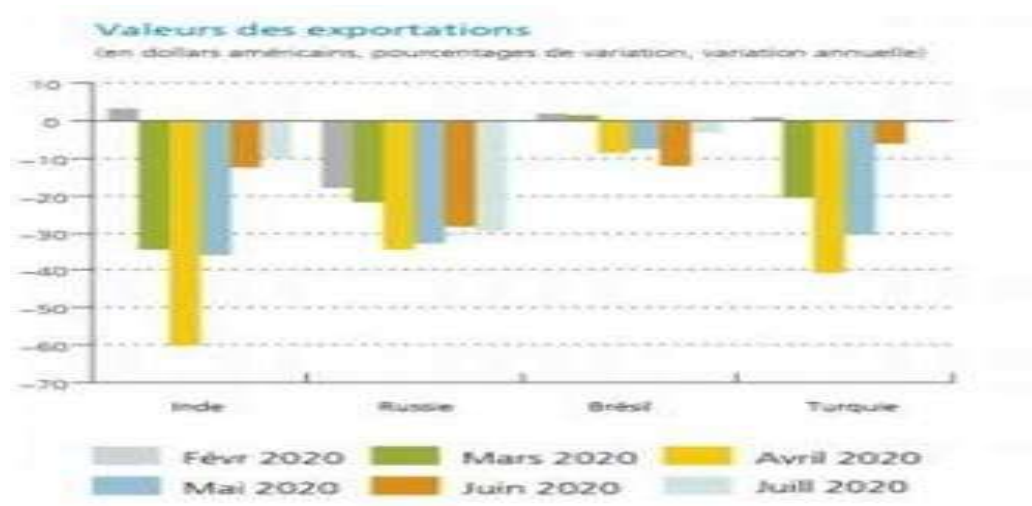
Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

de la majorité des activités, et cela s'est fait ressentir directement en provoquant par la suite une crise économique. Toutes ces mesures ont plongé l'économie mondiale dans une récession importante et, selon les prévisions de la Banque mondiale, le PIB mondial a diminué de 5,2% en 2020 (KMG, 2022)

Cette forte diminution représente la plus forte récession mondiale depuis la Seconde Guerre mondiale. La crise que nous connaissons aujourd'hui s'est faite encore plus ressentir que la crise financière mondiale de 2008-2009. Il y a une décennie, les économies de marché émergentes (EME) sont parvenues à tempérer la crise et ont joué un rôle moteur dans le redressement mondial, ce qui n'est pas le cas dans cette situation-ci (LHC, 2020).

La première analyse qui a pu être faite est que le commerce mondial s'est rapidement contracté, à la fois à cause des perturbations de la chaîne d'approvisionnement, du tassement de la demande et de nouvelles restrictions en matière d'exportations. Les échanges de marchandises internationaux ont connu une diminution de 12% entre mars et avril 2020 et les exportations des principales EME n'ont pas été épargnées (figure 2.3.) (LHC, 2020).

Figure 2 : Évolution des exportations des EME



source : Communiqué de presse, La Banque Mondiale (8 juin 2020)

Ayhan Kose, directeur de la division Perspectives de développement à la Banque mondiale, analyse et confirme : « La crise due à la pandémie de COVID-19 est exceptionnelle à de nombreux égards : elle s'annonce comme la plus grave récession enregistrée dans les économies avancées depuis la Seconde Guerre mondiale, tandis que

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

les économies émergentes et en développement devraient connaître la première contraction de leur production en soixante ans » (LBM, 2020).

A la fin du mois d'avril, ou à la mi-mai pour certains pays, les instituts statistiques nationaux des pays développés ont publié une première version des comptes du premier trimestre. Comme attendu, les chiffres de croissance du PIB affichaient déjà les effets économiques du « lockdown » sur les deux dernières semaines du trimestre. Parmi les pays européens, nous pouvons constater que la France, l'Italie et l'Espagne affichent les chutes du PIB les plus fortes, alors que l'Irlande et la Suède ressortent, de cette période, presque indemnes de la crise. Ces différences peuvent s'expliquer par les décisions prises dans chaque pays comme la durée du confinement, ou par la force sectorielle du pays comme le poids des services marchands, le poids du tourisme, etc (La finance pour tous, 2023)

Figure 3: Taux de croissance au premier trimestre 2020



Source : comptabilité nationale

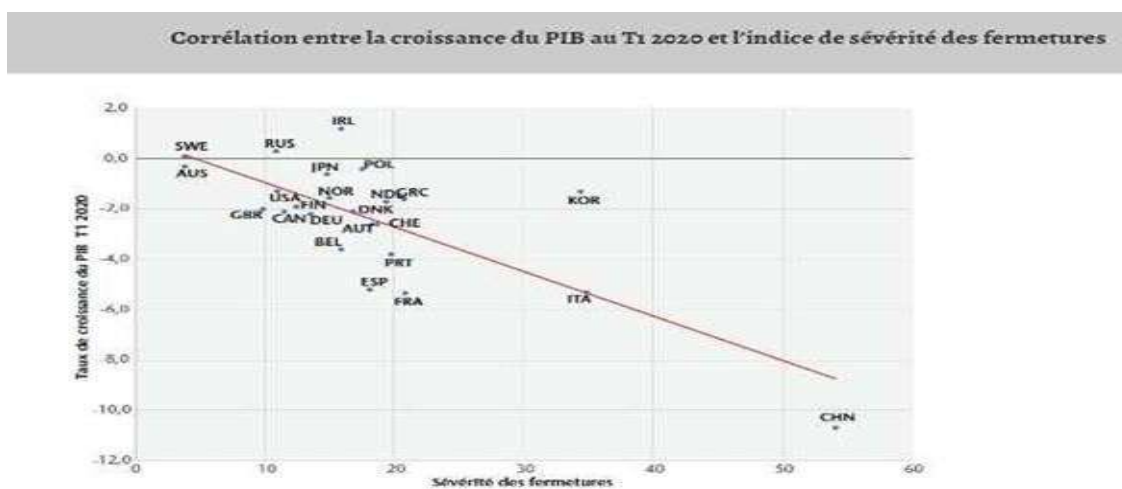
Afin d'évaluer l'ampleur de l'impact éventuel de la politique de confinement sur l'activité économique, les indices de gravité des fermetures des écoles, commerces et entreprises ont été calculés par le « département analyse et prévision » de l'Ofce sous la direction de Éric Heyer et Xavier Timbeau. Cette analyse a été réalisée sur base des chiffres du premier trimestre en 2020. Les indices ont donc été mis en regard avec les taux de croissance du PIB pour la même période pour déceler une corrélation. Cette corrélation établie est en effet négative, avec un coefficient de corrélation de -0,75 (cfr figure 2.5. Ci-après). La Chine, pays d'où est partie la pandémie, a passé plus de deux tiers du premier trimestre en confinement. Selon les premières estimations à cette période, le PIB chinois

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

aurait chuté de 10,7% lors du premier trimestre, soit nettement plus que dans les autres pays (Daxueconseil, 2022).

Cela semble être cohérent avec l'ampleur du confinement qui y a sévi lors de ce premier trimestre, mais des révisions à la hausse pourraient être possibles

Figure 4. : Corrélation entre la croissance du PIB au premier trimestre 2020 et l'indice de sévérité des fermetures



Source : Évaluation de la pandémie de Covid-19 sur l'économie mondiale, Département analyse et prévisions Ofce

2.1.3. L'impact social

Certaines enquêtes tendent à confirmer que la crise sanitaire a exacerbé les inégalités sociales, mais cette réalité n'est pas encore pleinement documentée scientifiquement. En conséquence, nous avons constaté que les personnes vivant dans des logements exigus ou surpeuplés étaient 2,5 fois plus susceptibles d'être testées positives au Covid-19. Une autre leçon que nous pouvons tirer est que, lors de la première vague, les 30-50 ans ont été la

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

tranche d'âge la plus touchée, même si les taux de mortalité dus au Covid-19 étaient plus élevés chez les plus de 70 ans.

Des mesures sanitaires soudaines et massives ont entraîné

Les conditions de travail de presque tous les travailleurs ont considérablement changé. Même si peu des gens ont perdu leur emploi, beaucoup sont temporairement sans emploi, mais ils travaillent (Insee, 2022).

Moins ou devoir travailler à distance. Pour aider toutes les catégories travailleuses, des mesures ont été prises telles que le chômage temporaire, les droits

Par exemple, les passerelles et les différés de paiement des cotisations sociales. Des situations comme celle-ci, Cela ne convient évidemment pas aux personnes qui recherchent déjà un emploi car la probabilité est considérablement réduite. De plus, les personnes ayant des profils Les personnes de statut socio-économique inférieur, comme les jeunes, les personnes peu qualifiées et les personnes aux salaires modérés ou bas sont surreprésentées dans le chômage temporaire (DAP, 2020).

La fermeture des écoles, même temporairement, peut entraîner des coûts sociaux élevés. Ces fermetures ont certes touché toutes les communautés, mais les conséquences semblent particulièrement graves pour les enfants vulnérables et leurs familles. L'UNESCO a cité les multiples conséquences de la fermeture des écoles pour les enfants, telles que l'augmentation des taux d'abandon scolaire, le manque de préparation des parents à l'apprentissage à distance et l'accès inégal aux portails d'apprentissage numérique. Selon un rapport de l'UNICEF et de l'Union internationale des télécommunications, les deux niveaux des enfants en âge scolaire n'ont pas de connexion Internet à la maison. Un autre facteur à ne pas négliger est la nutrition, car de nombreux enfants dépendent des repas gratuits ou du faible coût fourni par les écoles (Bernadette, 2021).

2.1.4. L'impact démographique

L'industrie hôtelière est l'une des industries les plus durement touchées par la pandémie de COVID-19. Les restrictions de voyage, les fermetures de frontières et les confinements ont entraîné une forte baisse du nombre de touristes et de voyageurs d'affaires (Tinext, 2020).

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

2.1.4.1. Impact sur la population active:

- **Perte d'emplois:** La pandémie a entraîné une perte massive d'emplois dans le secteur hôtelier. Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le nombre d'emplois dans le tourisme a diminué de 49,1% en 2020 par rapport à 2019. Cela représente une perte de 67 millions d'emplois directs et indirects (OMT, 2020)
- **Réduction des heures de travail:** De nombreux employés du secteur hôtelier ont vu leurs heures de travail réduites en raison de la baisse d'activité. Selon l'Organisation internationale du travail (OIT), 75% des travailleurs du tourisme dans le monde ont subi une réduction de leurs heures de travail en 2020 (OIT, 2020).
- **Difficultés à recruter:** La reprise du tourisme en 2021 a été freinée par des difficultés à recruter du personnel, notamment en raison des restrictions de voyage et des conditions de travail difficiles (OIT, 2020)

2.1.4.2. Impact sur les migrations:

- **Baisse de la migration de travail:** La pandémie a entraîné une baisse de la migration de travail vers les pays dépendants du tourisme. Selon la Banque mondiale, les envois de fonds des travailleurs migrants ont diminué de 7% en 2020 (Banque mondiale, 2020)
- **Rapatriement des travailleurs migrants:** De nombreux travailleurs migrants ont été rapatriés dans leur pays d'origine pendant la pandémie. Selon l'OIT, plus de 25 millions de travailleurs migrants ont été rapatriés en 2020 (OIT, 2020)

2.1.4.3. Impact sur la natalité :

Baisse du taux de natalité: La pandémie a entraîné une baisse du taux de natalité dans certains pays. Cette baisse peut être due à plusieurs facteurs, notamment la crise économique, l'incertitude quant à l'avenir et le report des projets de famille. Baisse de 2,3% du taux de natalité en 2020 dans le monde (OTM, 2024)

2.1.4.4. Impact sur la mortalité :

Augmentation du taux de mortalité: La pandémie a entraîné une augmentation du taux de mortalité dans certains pays. Cette augmentation peut être due à la COVID-19 elle-même, mais aussi à d'autres facteurs, tels que la surcharge des systèmes de santé et la baisse

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

de l'accès aux soins. Augmentation de 5,4% du taux de mortalité en 2020 dans le monde (OTM, 2024)

2.1.5. Impact du gel aérien et portuaire pendant la crise du COVID-19 sur l'activité hôtelière

Conséquences:

- **Baisse de la demande:** La fermeture des frontières et l'annulation des vols ont entraîné une réduction drastique du nombre de touristes et de voyageurs d'affaires, ce qui a eu un impact direct sur les réservations d'hôtels.
- **Annulation de réservations:** De nombreuses réservations existantes ont été annulées, ce qui a encore aggravé la situation pour les hôtels
- **Pertes de revenus:** La baisse de la demande a entraîné une chute des revenus des hôtels, les obligeant à prendre des mesures pour réduire leurs coûts et survivre (El Azyzy, 2022).

Exemples:

- ✓ En 2020, le nombre de nuitées passées dans les hôtels en France a chuté de 40% par rapport à 2019.
- ✓ Le groupe Accor a enregistré une perte nette de 2 milliards d'euros en 2020.
- ✓ Le groupe Marriott International a perdu 67% de son chiffre d'affaires en 2020 (LHC, 2020).

2.1.6. Impact psychologique:

- ✓ La perte d'emploi, la réduction des revenus et l'incertitude quant à l'avenir ont eu un impact psychologique majeur sur les travailleurs du secteur hôtelier.
- ✓ L'isolement lié aux restrictions sanitaires a également contribué à la montée du stress, de l'anxiété et de la dépression (Tourette, 2020)

2.2. Les conséquences du covid-19 sur l'activité hôtelière

Les conséquences du Covid-19 sur l'activité hôtelière pendant la crise ont été profondes et variées, touchant à la fois l'économie et les opérations des établissements. La pandémie a entraîné une fermeture forcée des entreprises hôtelières, des restrictions de voyage, et des mesures de confinement, réduisant ainsi le taux d'occupation des hôtels et impactant considérablement le secteur (OMT, 2020). Les conséquences économiques ont

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

été sévères, avec une baisse du chiffre d'affaires et des pertes d'emplois dans l'industrie de l'hôtellerie et de la restauration

2.2.1. Chute de la fréquentation :

- La pandémie a entraîné une chute drastique du nombre de voyageurs, avec des restrictions de déplacement et des fermetures de frontières.
- En 2020, le nombre de touristes internationaux a chuté de 73% par rapport à 2019, selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT, 2020)

2.2.2. Baisse du chiffre d'affaires:

- La baisse de la fréquentation s'est traduite par une chute du chiffre d'affaires pour les hôtels, avec des pertes de plus de 50% en 2020.
- De nombreux hôtels ont été contraints de fermer leurs portes, temporairement ou définitivement (Rousseau, 2023).

2.2.3. Adaptation aux nouvelles exigences:

- Les hôtels ont dû mettre en place de nouvelles mesures sanitaires pour garantir la sécurité de leurs clients et de leur personnel.
- Cela a impliqué des coûts supplémentaires et une adaptation des procédures d'accueil et de nettoyage(Rousseau, 2023).

2.2.4. Développement du tourisme local :

- Avec la fermeture des frontières, le tourisme local a connu un essor important, représentant 35% des voyages effectués en 2020. Baromètre du tourisme mondial
- Les hôtels ont pu se repositionner pour capter cette nouvelle clientèle (LHC, 2020).

2.2.5. Accélération de la digitalisation :

- La crise a accéléré la digitalisation du secteur hôtelier, avec le développement de la réservation en ligne et des services sans contact.
- Les hôtels ont dû investir dans de nouvelles technologies pour rester compétitifs (Rousseau, 2023).

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

2.2.6. Incertitudes sur l'avenir :

- La reprise du tourisme est incertaine et dépend de l'évolution de la pandémie et des mesures sanitaires
- Les hôtels doivent faire preuve de résilience et d'adaptation pour faire face à un avenir incertain. (Branche, 2020)

2.2.7. Nouvelles exigences et défis :

Mise en place de protocoles sanitaires stricts: Les hôtels doivent respecter des protocoles sanitaires stricts pour garantir la sécurité des clients et du personnel.

Adaptation aux restrictions de voyage et aux mesures gouvernementales: Les hôtels doivent s'adapter aux restrictions de voyage et aux mesures gouvernementales en constante évolution

Nécessité d'une flexibilité accrue: Les hôtels doivent proposer des options d'annulation et de modification de réservation plus flexibles pour répondre aux besoins des clients (LHC, 2020).

En conclusion, la crise du Covid-19 a eu un impact majeur sur l'activité hôtelière. La chute de la fréquentation et du chiffre d'affaires a contraint les hôtels à s'adapter et à se réinventer. La reprise du secteur est incertaine et dépendra de l'évolution de la pandémie et des mesures sanitaires (Azocar, 2022).

2.3. Les conséquences du covid-19 sur la performance financière de l'hôtel

2.3.1. Diminution du chiffre d'affaires et des revenus :

- **Restrictions de voyage et confinement :** La pandémie a entraîné une chute drastique du nombre de voyageurs, réduisant considérablement l'occupation des hôtels et les nuitées (Santos, 2022)
- **Annulation d'événements et conférences :** Le secteur hôtelier dépend souvent des événements pour générer des revenus. L'annulation de nombreux événements a privé les hôtels d'une source de revenus importante.
- **Changement de comportement des clients :** La peur de la contagion et les restrictions sanitaires ont incité les clients à privilégier les séjours à domicile et les locations Airbnb (Blake, 2020).

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

2.3.2. Augmentation des charges et des coûts :

- **Mesures sanitaires** : Les hôtels ont dû investir dans des mesures sanitaires pour protéger leurs clients et leur personnel, augmentant les coûts d'exploitation.
- **Maintien des salaires** : Les hôtels ont dû maintenir les salaires de leurs employés malgré la baisse d'activité, ce qui a pesé sur leurs finances

Coûts fixes incompressibles : Les hôtels ont des charges fixes importantes, comme les loyers et les emprunts, qui ne peuvent être réduites facilement. (Massot, 2022)

2.3.3. Dégradation de la rentabilité et des résultats financiers

- **Baisse du RevPAR (Revenu par chambre disponible)** : Le RevPAR est un indicateur clé de la performance financière des hôtels. La baisse du RevPAR a entraîné une chute de la rentabilité du secteur.
- **Augmentation du taux d'endettement** : La crise a contraint de nombreux hôtels à s'endetter pour survivre, ce qui fragilise leur situation financière.
- **Risque de faillites** : La situation financière de nombreux hôtels est critique, et certains risquent de faire faillite si la crise se prolonge (Watkins, 2014).

2.3.4. Perspectives d'avenir incertaines :

- **Reprise progressive du tourisme** : La reprise du tourisme est attendue, mais son rythme et son ampleur sont incertains.
- **Nouveaux défis** : Le secteur hôtelier devra faire face à de nouveaux défis, comme l'inflation et la pénurie de main-d'œuvre.
- **Adaptation nécessaire** : Les hôtels devront s'adapter aux nouvelles attentes des clients et aux changements du marché pour survivre et prospérer.

La Covid-19 a eu un impact dévastateur sur la performance financière de l'industrie hôtelière. La reprise est en cours, mais les perspectives d'avenir restent incertaines. Les hôtels (Watkins, 2014).

2.4. Les défis rencontrés par les hôtels pendant covid

La pandémie de Covid-19 a posé des défis majeurs pour l'industrie hôtelière, impactant profondément ses opérations et sa rentabilité. Voici un aperçu des principaux défis rencontrés par les hôtels pendant cette période difficile (Kostuch, 2021) :

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

- 2.4.1. **Baisse significative de l'occupation et des revenus :** En 2020, le taux d'occupation et les revenus des hôtels ont chuté à des niveaux historiquement bas, entraînant des difficultés financières importantes pour de nombreux établissements (OMT, 2024).
- 2.4.2. **Problèmes de rentabilité :** Près de la moitié des hôtels indépendants en France se trouvent en déficit ou à peine en équilibre, soulignant les défis financiers auxquels le secteur est confronté en raison de la crise liée au Covid-19 (Kostuch, 2021).
- 2.4.3. **Impact sur la restauration :** La crise de Covid-19 a également laissé des marques dans l'industrie de la restauration, obligeant les gestionnaires d'établissements à repenser leur modèle d'affaires pour s'adapter aux nouvelles réalités économiques et sanitaires (Kostuch, 2021).
- 2.4.4. **Besoin d'adaptation et de résilience :** Les hôtels ont dû faire face à une intense diversification de leur offre pour accueillir les nouveaux touristes tout en répondant aux exigences sanitaires et économiques post-Covid-19, nécessitant une capacité d'adaptation et de réinvention constante (OMT, 2020)

2.5. Gestion des ressources humaines et des coûts en période de crise

En période de crise, la gestion des ressources humaines (GRH) et des coûts devient un enjeu crucial pour la survie et la pérennité des entreprises.

La gestion des ressources humaines et des coûts en période de crise est un aspect crucial pour les entreprises. En temps de crise économique, les entreprises doivent adapter leurs politiques de ressources humaines pour faire face aux défis. Selon une enquête, en 2019, 77% des salariés estimaient que leur entreprise était touchée par la crise, ce qui a mis en lumière l'importance d'une gestion efficace des ressources humaines (Branche, 2020)

2.5.1. Anticiper et réagir rapidement:

- Analyser l'impact de la crise: Identifier les postes et fonctions les plus affectés, évaluer les besoins en compétences et anticiper les départs potentiels.
- Mettre en place des mesures d'adaptation: Réduction du temps de travail, chômage partiel, gel des embauches, mobilités internes, reconversion des compétences.
- Communiquer de manière transparente et empathique: Informer les salariés des décisions prises, expliquer les raisons et les implications, et encourager le dialogue social (Thévenet, 2009).

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

2.5.2. Maintenir la motivation et l'engagement des salariés:

- Reconnaître et valoriser la contribution des salariés: Mettre en place des primes de crise, des félicitations individuelles ou collectives, et des plans de développement des compétences.
- Favoriser la communication et le dialogue social: Organiser des réunions d'information régulières, des points d'étape et des groupes de discussion pour maintenir un climat de confiance.
- Proposer des mesures de soutien psychologique: Mettre en place des cellules d'écoute, des consultations individuelles et des ateliers de gestion du stress (Isirh, 2021).

2.5.3. Optimiser les coûts et préserver la trésorerie:

- Négocier avec les partenaires sociaux: Trouver des solutions pour réduire les charges salariales tout en préservant les emplois et les compétences.
- Rationaliser les processus RH: Digitaliser les tâches administratives, externaliser certaines fonctions non critiques et renégocier les contrats de prestation de services.
- Gérer les stocks et les approvisionnements: Optimiser les niveaux de stocks, identifier des alternatives moins coûteuses et négocier des délais de paiement plus longs.(Blasquez, 2010)

2.5.4. Se préparer à la sortie de crise:

- Anticiper les besoins en compétences: Identifier les compétences clés pour la reprise économique et développer des plans de formation adaptés.
- Mettre en place des plans de relance: Définir des objectifs clairs, identifier les leviers de croissance et mobiliser les équipes autour d'une vision commune.
- Tirer des leçons de la crise: Identifier les points forts et les points faibles de la gestion de crise et mettre en place des plans d'amélioration continue.

En conclure, la gestion des ressources humaines et des coûts en période de crise est un exercice complexe et multidimensionnel. En adoptant une approche proactive, empathique et responsable, les entreprises peuvent minimiser l'impact de la crise, préserver leur capital humain et se préparer à la reprise économique (Thévenet, 2009).

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

2.6. Les mesures sanitaires mises en place dans les établissements hôteliers

Selon l'OMT, Les établissements hôteliers ont mis en place diverses mesures sanitaires pour assurer la sécurité et le bien-être de leurs clients et employés pendant la pandémie de Covid-19. Voici un aperçu des principales mesures préventives adoptées (OMT, 2020)

2.6.1. Nettoyage et désinfection:

- Nettoyage et désinfection fréquents des surfaces communes, telles que les poignées de porte, les interrupteurs d'éclairage, les boutons d'ascenseur, les rampes d'escalier et les comptoirs.
- Nettoyage et désinfection approfondis des chambres d'hôtel avant chaque nouvelle arrivée, en accordant une attention particulière aux surfaces fréquemment touchées.
- Utilisation de produits désinfectants certifiés contre le COVID-19 (OMT, 2020).

2.6.2. Distanciation sociale:

- Mise en place de marquages au sol pour respecter la distance de sécurité d'un mètre dans les espaces communs.
- Limitation du nombre de personnes dans les ascenseurs et les espaces communs.
- Encouragement à l'utilisation des escaliers plutôt que des ascenseurs.
- Mise à disposition de gel hydroalcoolique dans les espaces communs (OMT, 2020).

2.6.3. Port du masque:

- Port du masque obligatoire pour le personnel de l'hôtel et les clients dans les espaces communs.
- Mise à disposition de masques pour les clients qui n'en ont pas.

Gestion des cas suspects:

- Mise en place d'un protocole pour identifier et gérer les cas suspects de COVID-19.
- Formation du personnel à la gestion des cas suspects.
- Mise à disposition d'un espace d'isolement pour les cas suspects (OMT, 2020).

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

2.6.4. Communication

- Information des clients sur les mesures sanitaires mises en place par l'hôtel.
- Affichage de posters et de panneaux d'information dans les espaces communs.
- Mise à jour régulière du site web de l'hôtel avec les dernières informations (Laurence, 2016)

2.6.5. Technologies sans contact :

- Encouragement à l'utilisation des technologies sans contact pour le paiement, l'enregistrement et l'ouverture des portes.
- Mise à disposition de bornes de paiement sans contact.
- Mise en place d'un système d'enregistrement en ligne (Lepietri, 2023).

2.6.6. Flexibilité des politiques d'annulation :

- Mise en place de politiques d'annulation flexibles pour les clients qui ne peuvent pas se rendre à l'hôtel en raison de la COVID-19

2.6.7. Certification sanitaire

- Obtention d'une certification sanitaire délivrée par un organisme indépendant (Lepietri, 2023).

2.7. Les stratégies de survie des hôtels pendant la crise

Les hôtels peuvent adopter plusieurs stratégies de survie pendant une crise, telles que :

- Maintenir les niveaux de service : Réduire les coûts dans les zones de l'hôtel ayant le moins d'impact sur le service client et l'image de l'établissement, sans compromettre les normes mais en ajoutant de la valeur ajoutée.
- Être créatif dans les promotions : Développer des forfaits uniques et surveiller des écarts d'occupation prolongés pour proposer des offres attractives.
- Concentrer sur le changement du comportement des consommateurs : Adapter les politiques existantes pour répondre aux nouvelles attentes des clients, comme la livraison sans contact, des menus repensés, et des portions individuelles (Himanshu, 2024)

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

- Développer une stratégie de récupération : Anticiper les changements post- crise, ajuster les tarifs en fonction du marché local, et offrir des tarifs spéciaux aux premiers intervenants
- Développer l'e-mailing et les newsletters pour fidéliser les clients existants et les informer des mesures prises par l'hôtel pour assurer leur sécurité et leur confort (SHERI, 2020).
- Offrir des offres et des promotions tarifaires pour attirer les clients, notamment les voyageurs nationaux, qui sont moins affectés par les restrictions de voyage que les voyageurs internationaux
- Se préparer à la reprise de l'activité, en anticipant les tendances et les prévisions du marché local, en évaluant les stratégies de vente et de marketing précédentes, en recherchant des données sur les voyageurs nationaux, et en élaborant de nouvelles stratégies adaptées au climat actuel (SHERI, 2020).
- Développer la communication et le marketing, en utilisant les réseaux sociaux, les newsletters, les sites web, pour informer les clients des mesures prises, des offres disponibles, des conditions de travail (SHERI, 2020)

Pendant la Covid-19, l'activité hôtelière a été grandement impactée. Les hôtels ont dû faire face à de nombreux défis, comme les restrictions de voyage et la baisse de la demande. Cependant, malgré ces difficultés, l'industrie hôtelière a montré une grande résilience et a su s'adapter pour continuer à servir ses clients en toute sécurité. Les hôtels ont mis en place des mesures sanitaires strictes, comme des protocoles de nettoyage renforcés et des mesures de distanciation sociale, pour assurer la santé et le bien-être des clients. Certains établissements ont également innové en proposant de nouveaux services, comme la livraison de repas en chambre et des activités de loisirs adaptées aux restrictions. Maintenant, avec la levée progressive des restrictions, l'activité hôtelière se rétablit progressivement et les hôtels continuent de s'adapter pour offrir des expériences de voyage sûres et agréables.

Conclusion du chapitre

La crise du COVID-19 a eu un impact dévastateur sur l'industrie hôtelière mondiale. La pandémie a entraîné une chute drastique du nombre de voyageurs et de nuitées, ce qui a eu un impact direct sur les réservations d'hôtels et leur performance financière.

Chapitre I : État des lieux de l'industrie hôtelière pendant COVID-19

Pour conclure l'état des lieux de l'activité hôtelière avant la COVID-19, il est essentiel de noter l'importance des chiffres clés du secteur qui ont contribué à façonner son paysage. En examinant ces données, on peut mieux appréhender la situation pré-pandémie et les défis auxquels l'industrie était confrontée. Cette analyse approfondie nous permet de mieux comprendre les bases sur lesquelles le secteur s'est appuyé pour faire face à la crise de la COVID-19 et envisager son avenir post-pandémie.

Chapitre II

Le secteur de l'hôtellerie

après la pandémie

COVID-19

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la covid-19

Introduction :

Le secteur hôtelier a été durement touché par la pandémie de COVID-19. Les fermetures de frontières, les restrictions de voyage et les craintes liées au virus ont provoqué une forte baisse des nuitées en 2020 et 2021. Cependant, depuis 2022, nous observons une reprise progressive de l'activité.

L'avenir de l'activité hôtelière dans le monde dépend de nombreux facteurs, tels que l'évolution de la situation sanitaire, la reprise de la confiance des voyageurs, la disponibilité des vaccins, la levée des restrictions, la reprise économique, les tendances de consommation, la concurrence et la réglementation. Selon les prévisions de l'Organisation mondiale du tourisme [OMT], le retour aux niveaux de 2019 pourrait prendre entre deux et quatre ans. Les acteurs de l'hôtellerie devront donc faire preuve de résilience, de flexibilité et de créativité pour surmonter les défis et saisir les opportunités du marché post-COVID-19.

Ce chapitre est composé de deux (02) sections : dans la 1^{ère} section nous allons explorer les différentes stratégies employées par les hôtels pour faire face à la crise covid-19, en commençant par les chiffres clés du secteur hôtelier après COVID-19, puis nous allons explorer la diversification de l'offre. Et nous verrons les principales stratégies. Ensuite, nous nous pencherons sur la digitalisation accrue de l'activité hôtelière. Puis l'amélioration de l'expérience client. Nous ne manquerons pas d'aborder l'optimisation des dépenses et réduction des coûts non essentiels. Dans la 2^{ème} section de ce chapitre, nous allons développer les perspectives d'avenir pour l'industrie hôtelière, en commençant par l'importance de l'innovation et de l'adaptation aux nouvelles exigences des clients. Puis, nous explorons les défis et opportunités du développement durable dans le secteur hôtelier, on abordera la gestion des données et de la confidentialité dans l'IH et les nouvelles formes de concurrences. Mais aussi les défis et opportunités qui façonneront l'avenir de l'IH. Et finir par Enjeux du développement durable dans l'hôtellerie (RAMDANE, 2020).

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

Section 1 : les stratégies employées par les hôtels face à la crise

Après la crise du COVID-19, les hôtels ont dû repenser leurs stratégies pour s'adapter à un environnement postpandémique. Les entreprises hôtelières se concentrent sur la reprise économique tout en intégrant de nouvelles mesures de santé et de sécurité, tout en personnalisant leurs offres pour renforcer les liens avec la clientèle

La technologie est devenue une opportunité clé pour l'industrie hôtelière, permettant d'offrir des expériences modernes telles que des solutions en libre-service pour l'enregistrement et des chambres intelligentes offrant diverses fonctionnalités.

Les hôtels doivent faire preuve de créativité et de flexibilité dans leurs offres pour attirer une clientèle qui recherche des expériences variées après une période de restrictions (OIT, 2020).

De plus, les hôtels doivent anticiper la reprise en mettant en place des mesures incitatives pour leur clientèle fidèle, comme des initiatives innovantes, des avantages revus, des distributions d'avoir ou encore des cartes cadeaux.

Enfin, il est essentiel pour les hôtels de maintenir leur clientèle pendant la crise en adaptant leurs programmes de fidélité et en proposant des solutions flexibles pour rebondir après la pandémie (Bertrand, 2020).

1.1. Les chiffres clés du secteur hôtelier après COVID-19 : Occupation et performances

- Les niveaux d'occupation des hôtels dans le monde en 2023 sont en hausse de 10 % par rapport à 2022, avec des réservations au quatrième trimestre en hausse de 11 % par rapport à l'année dernière.

- Le RevPAR (revenu par chambre disponible) a augmenté de 24 % au premier semestre 2023 par rapport à la même période en 2022 pour le groupe IHG (Bazin, 2023).

- Le taux d'occupation moyen au premier trimestre 2023 a atteint 68,6% aux États-Unis, 65,8% en Asie-Pacifique, 65,5% dans les Amériques (hors États-Unis), 74,3% au Moyen-Orient et en Afrique, et 62,1% en Europe (Bazin, 2023).

1.2. La diversification de l'offre

La diversification de l'offre dans l'industrie hôtelière après la Covid-19 a pris diverses formes pour répondre aux nouveaux besoins et tendances du secteur. Selon l'OMT :

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

1.2.1. Diversification des Services

- Certains hôtels ont élargi leur offre en intégrant des services tels que des espaces de coworking
- Des forfaits incluant des repas en chambre, des soins de spa ou des activités de plein air ont été proposés pour offrir des expériences uniques aux voyageurs
- Personnalisation des services et des attentions pour chaque client

1.2.2. Ciblage de nouveaux segments de clientèle

Pour s'adapter aux nouvelles tendances du voyage, les hôtels ont mis en place différentes stratégies. Ils accueillent désormais les nomades numériques en proposant des espaces de travail partagés et des services de haute qualité pour répondre à leurs besoins professionnels. De plus, ils développent des offres spécifiques pour les voyageurs d'affaires en proposant des salles de réunion et des services de conférence pour faciliter leurs activités professionnelles. Les hôtels cherchent également à attirer les touristes locaux en proposant des forfaits et des promotions spécifiques pour leur offrir des expériences uniques et attractives. Ces initiatives permettent aux hôtels de diversifier leur clientèle et de s'adapter aux nouvelles attentes des voyageurs (Screwvala, 2024).

1.2.3. Développement du tourisme local et de proximité

Pour attirer davantage de clients, les hôtels mettent en place différentes stratégies. Tout d'abord, ils font la promotion de leurs destinations en mettant en avant les attraits touristiques et en rendant les informations facilement accessibles. Ensuite, ils proposent des forfaits et des offres spéciales spécifiquement conçus pour les clients locaux, afin de les inciter à choisir leur établissement pour des escapades ou des séjours. Enfin, les hôtels nouent des partenariats avec les acteurs locaux tels que les restaurants, les agences de voyage ou les attractions touristiques, afin de proposer à leurs clients une expérience unique et complète. Ces initiatives permettent aux hôtels de se démarquer et d'offrir à leurs clients des séjours inoubliables (RACINE, 2021).

1.2.4. Investissement dans les technologies numériques

Les hôtels mettent en place différentes stratégies pour attirer une clientèle diversifiée. Tout d'abord, ils font la promotion de leurs destinations en mettant en avant les attraits touristiques et en rendant les informations facilement accessibles pour susciter l'intérêt des

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

voyageurs. Ensuite, ils proposent des forfaits et des offres spéciales spécifiquement conçus pour les clients locaux, afin de leur offrir des expériences uniques et attractives. Enfin, les hôtels établissent des partenariats avec les acteurs locaux tels que les restaurants, les agences de voyage ou les attractions touristiques, pour proposer à leurs clients une expérience complète et authentique. Ces initiatives permettent aux hôtels de se démarquer et de créer des souvenirs mémorables pour leurs clients.

1.3. Les principales stratégies

- **Maintenir les niveaux de service et ajouter de la valeur** : Il est recommandé de réduire les coûts dans les zones de l'hôtel ayant le moins d'impact sur le service client et d'ajouter de la valeur pour maintenir la satisfaction des clients et des employés (Sherri, 2022).

- **Ne pas réduire le budget marketing** : Garder les clients actuels et développer des forfaits et des promotions nécessite de maintenir le budget marketing pour ces initiatives (Barten, 2024).

- **Se concentrer sur la formation du personnel et les efforts de maintenance** : Acquérir des connaissances, former le personnel et se concentrer sur les efforts de maintenance pendant la crise peuvent aider à être plus compétitif à long terme

- **Prendre soin des clients et du personnel** : Rester à l'écoute des besoins des clients et du personnel, communiquer sur la sécurité et la salubrité, et maintenir un environnement calme et ordonné sont des actions clés pour apaiser les craintes et créer une atmosphère de confiance

- **Cap sur le digital** : Investir dans le digital, promouvoir la réservation directe via les sites Web des hôtels, et offrir des politiques d'annulation flexibles sont des stratégies pour maintenir les revenus et la confiance des clients (Jonesm 2020).

1.4. La digitalisation accrue de l'activité hôtelière

La crise sanitaire du COVID-19 a profondément bouleversé le secteur de l'hôtellerie, imposant une transformation digitale accélérée pour répondre aux nouvelles exigences et attentes des clients. Cette digitalisation accrue s'avère désormais indispensable pour la survie et la prospérité des acteurs de ce secteur (Bernard, 2023).

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

- 1.4.1. **Montée en puissance des plateformes de réservation en ligne** : Elles constituent le canal de distribution privilégié par la plupart des voyageurs, offrant une large sélection d'hébergements et des outils de comparaison intuitifs.
- 1.4.2. **Développement des solutions de self-service** : L'enregistrement et le check-out automatique, le paiement sans contact et la gestion des demandes via des chat bots permettent de fluidifier le parcours client et de réduire les interactions physiques (CRESPE, et ECHAMPARD, 2024).
- 1.4.3. **Personnalisation et interactions omnicanales** : Les hôtels s'adaptent aux besoins et préférences individuels des clients en collectant et analysant leurs données. Ils adoptent une approche omnicanale pour garantir une communication fluide et cohérente sur tous les canaux (site web, réseaux sociaux, applications mobiles, etc.).
- 1.4.4. **Importance accrue de la sécurité sanitaire** : Les technologies de pointe, comme la désinfection par UV et la purification de l'air, contribuent à rassurer les clients et à renforcer la confiance dans les établissements.
- 1.4.5. **Essor de l'intelligence artificielle** : L'IA offre des solutions innovantes pour optimiser la gestion des stocks, la tarification dynamique, la maintenance prédictive et le marketing personnalisé (Neveu, 2024).

1.5. L'hôtellerie avant et après covid 19 dans le monde:

1.5.1. Avant Covid :

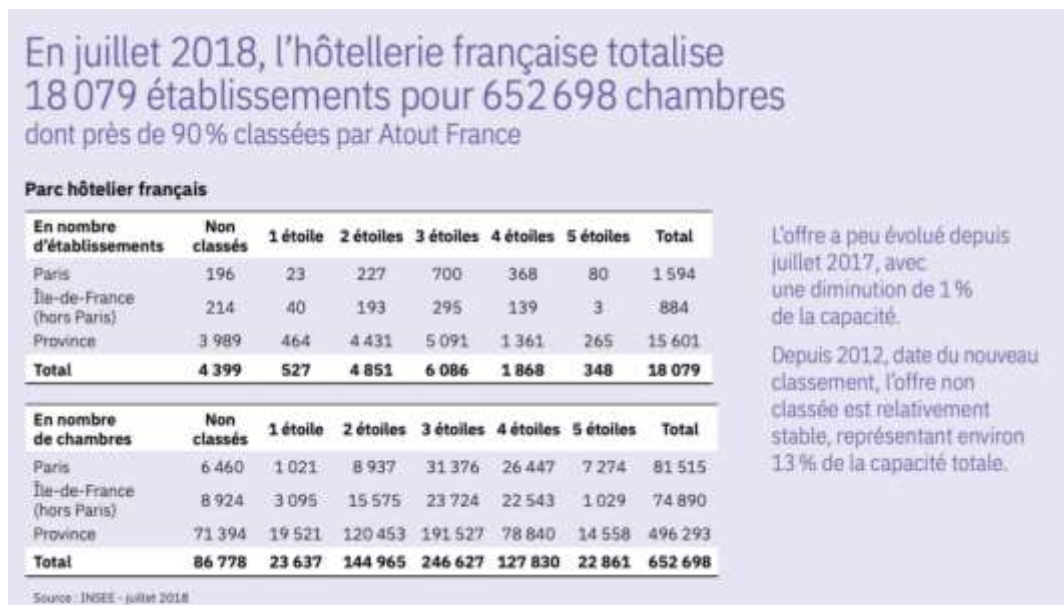
Avant la pandémie de COVID-19, l'industrie hôtelière connaissait une croissance soutenue, avec des taux d'occupation élevés et des revenus en constante augmentation.

En Suisse, l'hôtellerie genevoise avait connu une forte fréquentation avant la pandémie, avec des nuitées mensuelles qui s'échelonnaient entre 500 000 et 1 500 000 nuitées par mois en 2019.

Par exemple, en France la fréquentation hôtelière était également élevée avant la pandémie, avec des taux d'occupation importants et des revenus en constante augmentation. Malgré des mouvements sociaux, l'année 2018 a été marquée par un record avec 90 millions de touristes internationaux accueillis en 2019, et une tendance à la réinvention des produits hôteliers et touristiques à travers des évolutions de concepts et des intégrations technologiques (Dreyfus, 2019).

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

Figure 5: Tendances de l'hôtellerie française en 2018



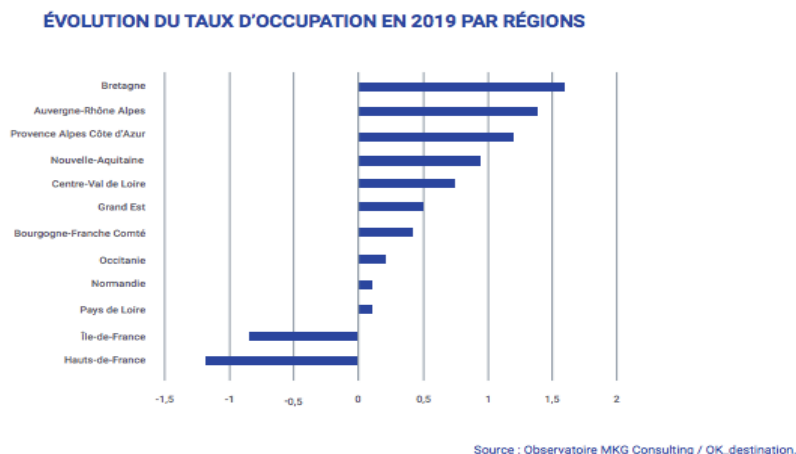
Source : INSEE- juillet 2018 (Institut national de la statistique et des études économiques)

En 2019, les résidences urbaines en France ont connu une dynamique positive, avec une progression du parc national de résidences urbaines, et une importance accordée à renforcer une image attractive à travers des atouts culturels pour offrir des expériences uniques aux clients.

1,6 point C'est la hausse du taux d'occupation de la Bretagne, qui occupe la première place du podium des meilleures progressions en 2019, suivie par l'Auvergne-Rhône-Alpes et la région PACA. A l'inverse, les Hauts-de-France et l'Île-de-France sont les seules régions à afficher des évolutions négatives (Dreyfus, 2019).

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

Figure 6: Evolution du taux d'occupation en 2019 par régions (Panayotis, 2022)



source : Observation MKG consulting

Avant l'avènement de la pandémie de Covid-19, les chaînes hôtelières en Europe enregistraient une croissance plus rapide que les hôtels indépendants. Le nombre d'établissements affiliés à des chaînes augmentait de manière constante, tandis que celui des hôtels indépendants stagnait. Cependant, la pandémie a impacté plus sévèrement les chaînes, entraînant une diminution de 10 % du nombre d'établissements en 2020 par rapport à l'année précédente. Malgré cela, les chaînes hôtelières ont pu se redresser en 2021, affichant un taux de croissance de 12,9 %, tandis que les hôtels indépendants n'ont pas réussi à combler leur retard (Ledsham, 2022).

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

Figure 7: Les chaînes d'hôtels en Europe (Ledsham, 2022)



Source : Statista rapport

1.5.2. Après COVID-19 :

Après la pandémie de COVID-19, l'industrie hôtelière mondiale fait face à de nombreux défis mais aussi à des opportunités de croissance. La pandémie a causé des dommages considérables à l'industrie hôtelière mondiale, avec des pertes financières massives et de nombreuses fermetures d'établissements. La reprise s'annonce inégale selon les segments, les hôtels de loisirs étant mieux placés.

L'OMT (Organisation Mondiale du Tourisme) a estimé les pertes à 1000 milliards de dollars pour l'année 2020, avec moins d'un milliard de touristes contre 1,4 milliard en 2019. L'IATA (Association Internationale du Transport Aérien) a avancé le chiffre de 119 milliards

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

de dollars de pertes pour les 290 compagnies aériennes qui lui sont affiliées (RAMDANE, 2022).

En 2022, 48% des professionnels interrogés par Deloitte pensaient que le secteur hôtelier européen retrouverait ses niveaux de performance de 2019 en 2023. Les appartements avec services (43%) et les hôtels (32%) restaient les catégories d'actifs immobiliers les plus attrayantes pour l'investissement en 2022 (Benali, 2021)

Selon une étude d'Euler Hermes, l'épidémie de COVID-19 a entraîné une perte de chiffre d'affaires de 115 milliards d'euros pour l'industrie hôtelière européenne en 2020. Les pays les plus affectés ont été le Royaume-Uni, l'Italie et l'Espagne, avec des reculs importants du chiffre d'affaires. En 2021, le chiffre d'affaires du secteur hôtelier européen a rebondi de 28%, mais reste inférieur de 39% à son niveau de 2019. En France et en Allemagne, le rebond du chiffre d'affaires a été respectivement de 23% et 18% en 2021, mais ces chiffres restent en deçà des niveaux d'avant la crise. Euler Hermes estime que le secteur hôtelier européen ne retrouvera pas son niveau d'avant-crise avant 2024 (TTG, 2021)

Figure 8: volume d'investissement en europe (TTG, 2021)



Source : CBRE 2021

1.6. Amélioration de l'expérience client

La pandémie de Covid-19 a bouleversé les comportements des clients et a eu un impact majeur sur l'expérience client. Les entreprises doivent désormais s'adapter à ces changements pour répondre aux nouvelles attentes des clients et rester compétitives.

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

Voici quelques tendances et meilleures pratiques pour améliorer l'expérience client après la Covid-19 (Simex, 2017) :

Tendances :

- **Accélération de la digitalisation** : Les clients utilisent de plus en plus les canaux digitaux pour interagir avec les entreprises.
- **Importance de la sécurité et de la confiance** : Les clients sont plus sensibles à la sécurité sanitaire et à la protection de leurs données personnelles.
- **Recherche d'une expérience personnalisée** : Les clients attendent des interactions personnalisées et adaptées à leurs besoins.
- **Importance de la communication transparente** : Les clients veulent être informés de manière claire et transparente sur les produits, services et politiques des entreprises.

1.7. Optimisation des dépenses et réduction des coûts

La crise sanitaire du COVID-19 a eu un impact majeur sur l'industrie hôtelière, avec une chute du chiffre d'affaires et une augmentation des coûts. Dans ce contexte, il est crucial pour les hôtels d'optimiser leurs dépenses et de réduire les coûts non essentiels pour garantir leur survie et leur pérennité. Pour faire face à la crise, les hôtels ont mis en place plusieurs stratégies. Ils ont d'abord révisé leurs dépenses en identifiant les éléments non essentiels ou pouvant être optimisés. Ensuite, ils ont renégocié les contrats avec les fournisseurs pour obtenir de meilleurs prix et conditions. Ils ont également rationalisé leurs stocks pour éviter les gaspillages et les ruptures de stock. Les hôtels ont utilisé des solutions digitales pour automatiser les tâches et réduire les coûts de fonctionnement. Certains services non essentiels ont été externalisés à des prestataires externes. De plus, les hôtels ont mis en place des mesures pour réduire les consommations d'énergie et d'eau. Enfin, ils ont optimisé la gestion du personnel en adaptant le nombre d'employés aux besoins réels et en proposant des formations pour améliorer la productivité. Ces stratégies ont permis aux hôtels de faire face à la crise et de se préparer à un avenir prometteur (Motte, 2020).

En conclusion, les stratégies employées par les hôtels pour faire face à la crise covid-19 ont été essentielles pour s'adapter à la nouvelle réalité. En mettant l'accent sur la sécurité et la

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

satisfaction des clients, les hôtels ont réussi à instaurer un environnement de confiance. Ces stratégies, ont permis aux hôtels de maintenir leurs activités.

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

Section 2 : Les perspectives d'avenir pour l'industrie hôtelière

L'industrie hôtelière est en pleine mutation. Les progrès technologiques, l'évolution des attentes des clients et les défis environnementaux obligent les acteurs du secteur à repenser leur modèle économique et à s'adapter aux nouvelles tendances (BENLAKHLEF, 2017).

2.1. L'importance de l'innovation et de l'adaptation aux nouvelles exigences des clients

L'innovation et l'adaptation sont plus importantes que jamais dans l'industrie hôtelière après la pandémie de Covid-19. Les hôtels doivent trouver de nouvelles façons de répondre aux besoins changeants des clients en matière de santé et de sécurité. Cela peut inclure des mesures telles que des procédures de nettoyage renforcées, des options de service sans contact et des politiques de réservation flexibles. L'utilisation de la technologie est également essentielle pour offrir une expérience client fluide et sécurisée. En s'adaptant aux nouvelles exigences des clients, les hôtels peuvent continuer à offrir des séjours mémorables tout en assurant la sécurité de tous. L'industrie hôtelière a connu une transformation majeure suite à la pandémie de Covid-19. Les restrictions de voyage, les fermetures d'établissements et les changements dans les comportements des clients ont forcé le secteur à s'adapter et à innover (DENIZON, 2024).

2.1.1. Priorité à la propreté et à l'hygiène:

- Nettoyage et désinfection accrus: Les protocoles de nettoyage et de désinfection ont été renforcés pour garantir la sécurité des clients et du personnel.
- Technologies sans contact: L'utilisation de technologies sans contact, telles que les cartes-clés numériques et les paiements mobiles, s'est généralisée.
- Certifications d'hygiène: Des labels et certifications spécifiques ont été mis en place pour rassurer les clients sur les mesures d'hygiène mises en place (Glowprofessional, 2024).

2.1.2. Flexibilité et personnalisation :

- Offres flexibles: Les politiques d'annulation et de modification des réservations sont devenues plus flexibles pour s'adapter aux changements de plans imprévus.
- Forfaits sur mesure: Des forfaits thématiques et des offres combinées avec des activités locales attirent une clientèle à la recherche d'expériences uniques (Deya, 2023).

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

2.1.3. Technologie et innovation :

- Intelligence artificielle : L'IA est utilisée pour automatiser certaines tâches, comme le service client ou la gestion des réservations, et pour offrir des services personnalisés.
- Réalité virtuelle et augmentée : La VR et la AR permettent aux clients de visiter les hôtels virtuellement et de vivre des expériences immersives.
- Internet des objets (IoT) : L'IoT permet de connecter les différents équipements de l'hôtel pour une gestion plus efficace et une meilleure personnalisation de l'expérience client (Glowprofessional, 2024).

2.1.4. Expériences locales et authentiques :

- Immersion dans la culture locale : Les hôtels proposent des activités et des services qui permettent aux clients de découvrir la culture et les traditions locales
- Soutien aux entreprises locales : Les hôtels s'engagent à collaborer avec les entreprises locales pour offrir des produits et des services authentiques.
- Tourisme communautaire : Le développement du tourisme communautaire permet aux clients de vivre des expériences uniques et de contribuer au développement des communautés locales (Deya, 2023).

2.2. Les défis et les opportunités de développement durable dans le secteur

Les défis et opportunités de développement durable dans le secteur hôtelier post-COVID-19 sont des considérations cruciales que les entreprises du secteur doivent prendre en compte. La pandémie a eu un impact significatif sur le secteur de l'hôtellerie, entraînant des changements dans le comportement des consommateurs, dans les opérations et dans les pratiques en matière de développement durable. Examinons certains des défis et opportunités auxquels le secteur hôtelier est confronté pour parvenir au développement durable après la COVID-19 (OIV, 2022).

2.2.1. Défis du développement durable :

- **Contraintes financières** : De nombreuses entreprises du secteur hôtelier sont confrontées à des difficultés financières en raison de la réduction de leurs revenus pendant la pandémie, ce qui rend difficile l'investissement dans des pratiques durables telles que les technologies économes en énergie ou les systèmes de gestion des déchets (ONUT, 2020).

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

- **Préoccupations en matière de santé et de sécurité** : Après la crise du COVID-19, l'accent est mis davantage sur les mesures de santé et de sécurité, ce qui peut entraîner une augmentation de la production de déchets provenant d'articles à usage unique comme les masques et les gants jetables, posant ainsi des problèmes de durabilité (ONUT, 2020).
- **Perturbations de la chaîne d'approvisionnement** : La pandémie a perturbé les chaînes d'approvisionnement, entraînant des défis dans l'approvisionnement en produits et matériaux durables pour les opérations du secteur hôtelier (Servicenow, 2024).
- **Évolution des préférences des consommateurs** : Les consommateurs exigent de plus en plus de pratiques durables de la part des entreprises, obligeant le secteur hôtelier à s'adapter et à investir dans des solutions respectueuses de l'environnement (Servicenow, 2024).

2.2.2. Opportunités pour le développement durable :

- **Innovation dans les opérations** : Après la COVID-19, le secteur hôtelier a la possibilité d'innover et d'adopter des pratiques durables telles que des services sans contact, des menus numériques pour réduire le gaspillage de papier et des technologies économes en énergie (Lissorgues, 2020).
- **Engagement communautaire** : S'engager auprès des communautés locales et soutenir des initiatives durables peut créer un impact social positif et améliorer la réputation des entreprises du secteur hôtelier (Lissorgues, 2020).
- **Certifications vertes et la formation de partenariats** avec des fournisseurs durables peuvent aider les entreprises à démontrer leur engagement en faveur du développement durable et à attirer des clients soucieux de l'environnement.
- **Formation et implication des employés** : Former les employés aux pratiques durables et les impliquer dans des initiatives de développement durable peuvent favoriser une culture de responsabilité environnementale au sein de l'organisation. En pertinent ces défis et en saisissant les opportunités de développement durable (Lissorgues, 2020).

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

2.3. La gestion des données et de la confidentialité dans l'IH

À la lumière de la pandémie de COVID-19, l'importance de la gestion des données et de la confidentialité au sein du secteur hôtelier s'est amplifiée. Les hôtels sont désormais confrontés à la tâche de collecter et d'analyser des données supplémentaires, spécifiquement liées à la santé et à la sécurité de leurs clients, afin d'assurer leur bien-être global. Il reste néanmoins impératif de respecter la confidentialité de ces données et de respecter la réglementation en matière de protection des données. Les hôtels doivent établir des protocoles de sécurité stricts tout en fournissant aux clients des informations complètes sur l'utilisation et la protection de leurs données personnelles. La promotion de la transparence et de la confiance est cruciale pour construire une relation solide avec les clients (Pellegrin, 2023).

2.4. Les nouvelles formes de concurrences : de nouveaux acteurs sur le marché

Après la COVID-19, de nouveaux acteurs ont émergé sur le marché hôtelier, apportant de nouvelles formes de concurrence. Cela crée une plus grande diversité de choix pour les voyageurs et incite les hôtels existants à se réinventer pour rester compétitifs tels que (Fabry, 2020) :

2.4.1. Airbnb et les plateformes d'économie collaborative :

- Le succès d'Airbnb a bouleversé le marché hôtelier en proposant une alternative plus flexible et abordable aux hôtels traditionnels.
- La crise du COVID a renforcé cette tendance, car les voyageurs recherchent des options d'hébergement plus spacieuses et privées.
- D'autres plateformes d'économie collaborative, comme HomeAway et Vrbo, ont également gagné en popularité (Darras, 2021).

Figure 9: Air bnb ([Airbnb.com](https://www.airbnb.com))

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19



Source: site de Airbnb

2.4.2. Les "hôtels capsules" et les micro-hôtels:

- Ces types d'hébergement, popularisés au Japon, offrent des chambres très petites et économiques à des prix abordables.
- Ils s'adressent aux voyageurs qui recherchent un endroit simple pour dormir et qui n'ont pas besoin de beaucoup d'espace.
- Ils peuvent être une option intéressante pour les destinations urbaines où l'espace est limité (ipefix, 2024).

Figure 10: Les "hôtels capsules" et les micro-hôtels (web 1)



Source : Google image

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

2.4.3. Les hôtels "hybrides":

- Ces hôtels combinent des éléments d'hôtels traditionnels et d'appartements Airbnb.
- Ils proposent des chambres plus spacieuses et équipées d'une cuisine, ce qui les rend plus adaptés aux séjours de longue durée.
- Ils s'adressent aux voyageurs qui recherchent le confort d'un hôtel avec la flexibilité d'un appartement (ipefix, 2024).

Figure 11: Les hôtels "hybrides (web 2).



Source : Google image

2.4.4. Les "glampings":

- Le "glamping" est une combinaison de camping et de glamour, offrant une expérience de camping luxueuse.
- Il attire les voyageurs qui recherchent un contact avec la nature tout en profitant d'un certain confort.

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

- Le glamping peut se présenter sous différentes formes, comme des tentes aménagées, des cabanes dans les arbres, etc (ipefix, 2024).

2.4.5. Les "hôtels durables":

- De plus en plus de voyageurs se soucient de l'environnement et recherchent des options d'hébergement durables.

- Les hôtels durables s'engagent à réduire leur impact environnemental en utilisant des technologies vertes, en économisant l'eau et l'énergie, et en utilisant des matériaux durables.

- Ils peuvent être certifiés par des labels environnementaux comme LEED ou Green Key (ipefix, 2024).

Figure 12 : hôtels durables



Source : Google image

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

2.5. Défis et opportunités qui façonneront l'avenir de l'IH

2.5.1. Les défis (Elsca, 2019) :

- **L'essor des plateformes de location** : Airbnb et ses concurrents ont bouleversé le paysage hôtelier en offrant aux voyageurs une alternative plus flexible et souvent moins chère aux hôtels traditionnels.

- **L'évolution des attentes des clients** : Les clients d'aujourd'hui sont plus exigeants et recherchent une expérience personnalisée et authentique. Ils sont également plus sensibles aux questions environnementales et sociales.

- **La pénurie de main-d'œuvre** : Le secteur hôtelier souffre d'une pénurie de main-d'œuvre qualifiée, ce qui peut freiner sa croissance.

- **Le changement climatique** : L'industrie hôtelière est l'une des plus polluantes au monde. Elle doit donc trouver des moyens de réduire son impact environnemental.

2.5.2. Les Opportunités

- **Le développement durable** : Les hôtels qui adoptent des pratiques durables peuvent se démarquer de la concurrence et attirer une clientèle plus écoresponsable.

- **Le tourisme local et régional** : La demande pour le tourisme local et régional est en croissance, ce qui représente une opportunité pour les hôtels de proximité.

- **L'hôtellerie de niche** : Les hôtels qui se spécialisent dans un type de clientèle ou d'expérience particulière peuvent se positionner sur un marché en pleine expansion (Claire, 2020).

2.6. L'hôtellerie face aux enjeux de développement durable

2.6.1. Enjeux du développement durable dans l'hôtellerie :

- **Environnementaux** :

Les hôtels sont de plus en plus engagés dans la réduction de leur empreinte carbone en mettant en place des mesures pour réduire les émissions de gaz à effet de serre, la consommation d'énergie et d'eau. Ils adoptent également une gestion responsable des déchets en favorisant le recyclage et en réduisant les déchets produits. De plus, les hôtels s'efforcent de préserver les ressources naturelles et la biodiversité en mettant en place des pratiques durables, comme l'utilisation de produits respectueux de l'environnement et la promotion de la conservation des espaces naturels environnants. Ces initiatives permettent aux hôtels de

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

contribuer à la protection de notre planète tout en offrant des séjours confortables et respectueux de l'environnement à leurs clients (Steinemann, 2014).

• Sociaux :

Les hôtels accordent une grande importance à l'amélioration des conditions de travail de leurs employés. Ils veillent à offrir un environnement de travail sûr, équitable et respectueux, en mettant en place des politiques et des programmes visant à favoriser le bien-être et le développement professionnel de leur personnel. De plus, les hôtels s'engagent à respecter les droits humains et à soutenir les communautés locales. Ils travaillent en étroite collaboration avec les acteurs locaux pour promouvoir l'emploi local, soutenir les initiatives sociales et culturelles, et contribuer au développement économique de la région. Ces engagements permettent aux hôtels de créer un impact positif sur leurs employés, les communautés locales et l'économie environnante (Emad, 2020).

• Économiques :

Les hôtels sont constamment à la recherche de moyens pour optimiser leurs ressources et réduire les coûts. Ils mettent en place des stratégies d'efficacité énergétique, de gestion des stocks et de planification des opérations afin d'optimiser l'utilisation des ressources et de minimiser le gaspillage. Cela leur permet non seulement de réduire leur impact environnemental, mais aussi d'améliorer leur compétitivité et leur rentabilité. De plus, les hôtels cherchent à diversifier leurs sources de revenus en proposant de nouveaux services et en adaptant leur offre aux besoins changeants des clients. Cela leur permet de rester compétitifs sur le marché et d'offrir une expérience unique à leurs clients. L'industrie hôtelière est en pleine mutation. La reprise est en cours, mais elle est inégale et s'accompagne de nouveaux défis. Les hôteliers qui sauront s'adapter aux nouvelles attentes des clients et aux tendances du marché seront les mieux armés pour réussir dans l'après-COVID-19 (Emad, 2020).

Après la Covid-19, le secteur hôtelier dans le monde se rétablit progressivement. Les hôtels ont dû s'adapter et mettre en place des mesures de sécurité pour assurer la santé des clients. Avec la levée des restrictions, les hôtels se préparent à accueillir à nouveau les voyageurs en mettant en place des protocoles de nettoyage stricts et des mesures de

CHAPITRE II : le secteur de l'hôtellerie après la pandémie covid-19

distanciation sociale. De plus, de nombreux établissements offrent des options de réservation flexibles pour rassurer les voyageurs. L'industrie hôtelière se tourne également vers l'innovation et la numérisation pour offrir une expérience client améliorée. En conclusion, le secteur hôtelier se remet sur pied après la Covid-19 en mettant l'accent sur la sécurité et le bien-être des clients.

Conclusion du chapitre

Après la pandémie de COVID-19, le secteur hôtelier a connu des défis sans précédent. Cependant, il a également montré une grande résilience et une capacité d'adaptation remarquable. Les hôtels ont mis en place des protocoles sanitaires stricts pour assurer la sécurité des clients et du personnel. De plus, ils ont repensé leurs services pour répondre aux nouvelles attentes des voyageurs, tels que la flexibilité des réservations, les services de livraison en chambre et les expériences locales uniques. Malgré les difficultés, le secteur hôtelier est en train de se rétablir progressivement et de se réinventer pour offrir des expériences de voyage sûres, mémorables et de haute qualité.

Pour conclure le chapitre sur le secteur hôtelier après la COVID-19, il est crucial de noter les efforts déployés par les hôtels pour s'adapter à la nouvelle réalité post-pandémie. En explorant les mesures prises et en envisageant les perspectives d'avenir, on peut constater les changements significatifs et les opportunités émergentes dans l'industrie hôtelière. Cette analyse approfondie nous permet de mieux comprendre les défis et les transformations qui ont marqué le secteur suite à la crise sanitaire mondiale.

Chapitre III

L'activité hôtelière en Algérie

Chapitre III : l'activité hôtelière en Algérie**Introduction**

L'Algérie, située au nord de l'Afrique, est un pays riche en histoire, en culture et en diversité naturelle. Son secteur touristique offre une gamme variée d'attractions allant des sites historiques fascinants aux paysages naturels. Malgré son potentiel touristique considérable, l'industrie du tourisme en Algérie reste relativement sous-développée et peu explorée par rapport à d'autres destinations (Hernborg, 2024).

Avant la pandémie, l'activité hôtelière en Algérie était en plein essor. De nombreuses chaînes hôtelières internationales avaient investi dans le pays, offrant une gamme d'options d'hébergement pour les voyageurs (exemples). Les sites touristiques populaires comme le désert du Sahara, Timgad et la Kabylie attiraient de nombreux visiteurs. Mais pendant la pandémie, l'industrie hôtelière a été fortement impactée. Les restrictions de voyage et les mesures de confinement ont entraîné une baisse significative du nombre de touristes et des réservations d'hôtels. De nombreux établissements ont dû fermer temporairement ou adapter leurs services pour assurer la sécurité des clients et du personnel.

Après la pandémie, l'activité hôtelière en Algérie se rétablit progressivement. Les hôtels ont mis en place des protocoles sanitaires stricts pour garantir la sécurité des clients, tels que la désinfection régulière des espaces communs, la distanciation sociale et le port du masque. Les autorités algériennes encouragent également le tourisme intérieur pour soutenir l'industrie hôtelière locale.

Ce chapitre est composé de trois sections, dont la première traite les chiffres clés du secteur hôtelier en Algérie avant la COVID-19 et le développement du tourisme en Algérie et son impact sur l'hôtellerie et Obstacles et enjeux du secteur hôtelier en Algérie. La seconde nous allons développer plusieurs points dont l'impact de la crise sur le secteur hôtelier, les défis rencontrés par les hôtels, les mesures prises par le gouvernement pour soutenir le secteur hôtelier, et la l'adaptation des services et l'analyse de l'industrie hôtelier enfin la troisième sera consacrée pour le secteur hôtelier post covid qui comporte l'analyse des données de l'industrie hôtelière, innovation et transformation numérique dans le secteur ensuite les perspectives d'avenir pour l'industrie hôtelière en Algérie.

Section 1 : chiffres clés du secteur de l'hôtellerie avant la covid-19

Avant la pandémie de COVID-19, le secteur hôtelier algérien connaissait une croissance soutenue, reflétant l'attrait touristique du pays. Les investissements dans de nouveaux établissements et l'amélioration des infrastructures existantes contribuaient à l'essor du secteur (APS, 2023).

1.1.L'essor du tourisme en Algérie : Les chiffres clés de l'industrie hôtelière

Le tourisme en Algérie était en plein essor avant la pandémie de COVID-19, avec une croissance constante du nombre de visiteurs ces dernières années.

Tableau n°01 : l'évolution du nombre de lit en Algérie

Années	Année 1962	Année 1985	Année 2000	Année 2019
Nombre de lits	5 922	39 213	67 087	125 676

Source : Avis et communiqué : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Algérie

L'essor du tourisme en Algérie est marqué par une croissance significative de l'industrie hôtelière. Au cours des dernières décennies, le nombre de lits disponibles dans les établissements hôteliers a connu une augmentation continue. En 1962, juste après l'indépendance, le pays disposait d'une capacité de production hôtelière estimée à 5 922 lits. En 1985, cette capacité totale d'hébergement a considérablement augmenté pour atteindre 39 213 lits, reflétant une croissance significative dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie. Au tournant du millénaire, en l'an 2000, le parc hôtelier algérien a continué de se développer, enregistrant une capacité totale de 67 087 lits. Cette tendance à la croissance s'est poursuivie jusqu'à la fin de l'année 2019, où le nombre total de lits disponibles dans les établissements hôteliers en Algérie a atteint un niveau remarquable de 125 676 lits, Les statistiques officielles du ministère du Tourisme et de l'Artisanat algérien indiquent que le nombre d'entrées de touristes en Algérie était de 2,4 millions en 2019 (Hernborg, 2024).

Parlons chiffres : en 2018, le nombre des entrées touristiques a atteint 27.1% (2.726.957) contre 28.5% (2.934.975) en 2019, considérée comme une année de référence pour le secteur

Avant la pandémie, le chiffre d'affaires du secteur hôtelier en Algérie a connu un recul de 36,5% et des pertes financières évaluées à 75% (KHDIMALLAH, 2022).

Le tourisme et l'hôtellerie contribuaient à environ 4,7% du PIB de l'Algérie avant la pandémie, Le secteur du tourisme et de l'hôtellerie est l'un des secteurs économiques dont la croissance est la plus rapide en Algérie. Cependant, sa contribution au PIB reste marginale. D'ailleurs, les spécialistes et acteurs du domaine pointent la faiblesse du budget accordé au secteur du tourisme, ce qui reflète l'importance limitée accordée par les pouvoirs publics à ce secteur. Donc avant la COVID-19, le secteur hôtelier algérien était en pleine expansion avec une capacité d'accueil importante, mais faisait face à des défis financiers significatifs, exacerbés par la crise sanitaire (ALLIOUCHE-LARADI, 2016).

Les principales destinations touristiques en Algérie avant la COVID-19 étaient les mêmes qu'aujourd'hui :

- **Alger**, la capitale
- **Constantine**, la ville des ponts suspendus
- **Oran**, la capitale de l'ouest
- **Ghardaïa**, la ville du M'zab
- **Tamanrasset**, la ville du Hoggar

En Algérie les chiffres illustrent la diversité des infrastructures hôtelières en Algérie en 2018, avec une répartition entre établissements publics, appartenant à des collectivités locales, mixtes et privés, offrant un total de 96 500 lits pour les voyageurs répartis comme suit (Hernborg, 2024) :

- Hôtellerie urbaine : 673 établissements totalisant 47 511 lits.
- Hôtellerie balnéaire : 217 établissements totalisant 31 238 lits.
- Hôtellerie saharienne : 185 établissements totalisant 11 548 lits.
- Hôtellerie thermale : 47 établissements totalisant 5 095 lits.
- Hôtellerie climatique : 14 établissements totalisant 1 108 lits.

Le gouvernement algérien avait mis en place plusieurs mesures pour encourager le développement du tourisme avant la COVID-19, notamment :

- L'exonération de taxes pour les investisseurs dans le secteur du tourisme en Algérie est régie par un décret relatif aux hôtels, résidences de tourisme ou villages de vacances, publié aux termes de l'article 29 de la loi n° 2009-594 du 27 mai 2009 (Maire, 2010).

• La création d'un fonds de développement du tourisme en Algérie a été réalisée conformément à la loi de finances complémentaire pour 2009, qui a établi quarante-huit (48) fonds d'investissement dans tous les États du pays. Actuellement, six (06) sociétés ont été créées, dont trois (03) sont opérationnelles, avec un capital de 1,2 milliard de dinars algériens (environ 7,6 millions d'euros) détenu à parts égales par six banques, dont la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR), le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) et la Banque Extérieure d'Algérie (BEA) (Ali, 2022).

La simplification des procédures d'obtention de visa vers l'Algérie ; Le ministère algérien du Tourisme et de l'Artisanat a mis en place une nouvelle procédure "simplifiée" pour l'obtention de visa à l'arrivée dans les aéroports du sud algérien, pour les touristes étrangers effectuant un séjour organisé et encadré par une agence de voyage agréée. Cette procédure "visa de régulation" permet aux touristes d'obtenir leur visa directement à l'aéroport, sans passer par les formalités habituelles de demande de visa dans les consulats (Ali, 2022).

L'industrie hôtelière algérienne était un secteur en pleine croissance avant la COVID-19 qui offrait de nombreuses opportunités d'investissement. Le gouvernement algérien était déterminé à faire du tourisme un pilier de l'économie nationale (APS, 2023).

Le secteur touristique est un secteur vital qui présente l'un des leviers de rupture avec la dépendance de l'économie algérienne à l'égard des hydrocarbures. C'est dès lors l'une des voies de la diversification économique de notre pays. En revanche, il convient de souligner que beaucoup d'insuffisances telle que : manque de l'infrastructures modernes, manque de formation et de qualification du personnel, manque de diversité des offres... qui sont à l'origine du retard connu par ce secteur en Algérie.

Dynamiser ce secteur passerait sans équivoque par une réelle volonté politique qui tenterait de remédier à l'insuffisance des budgets alloués au secteur ; de libérer le foncier pour permettre un maximum d'investissements ; d'améliorer le climat des affaires...

Il est vrai que la hausse du pouvoir d'achat des individus, ainsi que la hausse du temps qu'ils consacrent aux loisirs due à leur prise de conscience de l'importance de ces temps de détente à la fois pour les adultes ainsi que les enfants contribuent au développement de l'activité touristique (PIERRE, 2023).

1.2. Le développement du tourisme en Algérie et son impact sur l'hôtellerie

Le développement du tourisme en Algérie a eu un impact significatif sur l'hôtellerie dans le pays. Malgré les difficultés et les crises traversées par l'Algérie, le tourisme n'a jamais cessé, avec le tourisme saharien étant un atout économique potentiel important en raison des attractions touristiques de la région.

L'histoire du tourisme en Algérie remonte au XIXe siècle, où Alger était une destination de luxe avant même la Côte d'Azur, et des milliers de touristes visitaient le pays chaque année, avec des destinations comme l'oasis de Biskra représentant l'essence du tourisme à l'époque.

Après l'indépendance en 1962, le gouvernement a nationalisé tous les hôtels, et des efforts ont été déployés pour promouvoir un tourisme de luxe et éviter le tourisme de masse, avec un objectif actuel de 3 millions de visiteurs par an (Leroux, et Ferhane, 2017).

Le gouvernement algérien s'est engagé à développer une industrie touristique attractive et compétitive en améliorant la qualité des services, les infrastructures et la formation, tout en se concentrant sur le tourisme interne, le thermalisme et la mise en valeur de la destination Algérie sur la scène touristique internationale

Ainsi, le développement du tourisme en Algérie a façonné l'évolution de l'hôtellerie dans le pays, avec des initiatives visant à renforcer l'attrait touristique et la compétitivité de l'industrie hôtelière pour accueillir un nombre croissant de visiteurs. L'activité hôtelière en Algérie a un impact important sur l'économie du pays, contribuant à la fois au PIB et à la création d'emplois. En outre, elle joue un rôle crucial dans le développement du tourisme, en attirant des visiteurs étrangers et en stimulant l'économie locale (Leroux, et Ferhane, 2017).

1.2.1. Impact économique de l'activité hôtelière:

- **Contribution au PIB:** Le secteur hôtelier représente environ 2% du PIB de l'Algérie. Cette contribution est susceptible d'augmenter avec la croissance du tourisme et l'amélioration de la qualité des services hôteliers.
- **Création d'emplois:** Le secteur hôtelier est l'un des principaux pourvoyeurs d'emplois en Algérie, avec plus de 100 000 emplois directs et indirects.
- **Génération de revenus:** L'activité hôtelière génère des revenus importants pour le pays, à travers les taxes et les impôts, ainsi que les dépenses des touristes (ALLIOUCHE-LARADI, 2016).

1.2.2. Impact social de l'activité hôtelière:

- **Amélioration du niveau de vie:** Le développement du secteur hôtelier contribue à l'amélioration du niveau de vie des populations locales, en offrant des opportunités d'emploi et en stimulant l'économie locale.
- **Promotion de la culture et du patrimoine:** L'activité hôtelière peut contribuer à la promotion de la culture et du patrimoine algériens, en attirant des touristes et en leur faisant découvrir les richesses du pays.

1.2.3. Impact environnemental de l'activité hôtelière :

- **Consommation d'énergie et d'eau:** L'activité hôtelière peut avoir un impact négatif sur l'environnement, notamment en raison de la consommation d'énergie et d'eau.
- **Production de déchets:** L'activité hôtelière génère une quantité importante de déchets, qui doivent être gérés de manière responsable (ALLIOUCHE-LARADI, 2016).

1.3.Obstacles et enjeux du secteur hôtelier en Algérie

D'après nos recherches, le secteur hôtelier en Algérie connaît à la fois des progrès et des défis importants :

- **Insuffisance des infrastructures de base :**

Malgré un réseau routier dense, le transport en Algérie reste un défi, avec notamment un manque de transports en commun de qualité. Les infrastructures touristiques de base comme les routes, les aéroports et les réseaux de transport semblent encore insuffisants pour répondre aux besoins du secteur (Benelkadi, 2023).

- **Absence d'une industrie culturelle développée**

Le pays dispose de nombreux atouts touristiques (sites historiques, parcs naturels, etc.) mais peine à les valoriser et à les promouvoir efficacement auprès des visiteurs étrangers

. Le manque d'une industrie du contenu et de la communication événementielle freine le développement du tourisme.

- **Nécessité d'améliorer la qualité des services**

Bien que des efforts aient été entrepris avec un "Plan Qualité Tourisme Algérie", seulement 10% des structures touristiques y ont adhéré en 2010. L'amélioration de la qualité des services hôteliers et touristiques reste un défi majeur (Leroux, et Ferhane, 2017).

- **Concurrence des pays voisins:**

Les pays voisins de l'Algérie, comme le Maroc et la Tunisie, ont déjà développé une industrie touristique plus mature et attirent une part importante des touristes de la région. L'Algérie doit se différencier de ses concurrents pour se démarquer sur le marché international (Leroux, et Ferhane, 2017).

- **Instabilité politique et sociale :**

L'instabilité politique et sociale que vivait le pays par le passé a dissuadé certains touristes étrangers de se rendre en Algérie. Il est important de maintenir un climat de paix et de stabilité pour rassurer les touristes et favoriser le développement du secteur.

L'activité hôtelière en Algérie existait depuis longtemps, mais il était moins développer par rapport à d'autre destination touristiques, cela peut s'expliquer par divers facteurs telle que la méconnaissance de l'Algérie en tant que destination touristique, des infrastructures moins développer dans certaines régions, des problèmes de sécurité passé, ainsi que les défis liés à la promotion et la communication touristique (Leroux, et Ferhane, 2017).

Section 2 : l'adaptation du secteur hôtelier pendant la crise covid-19

L'adaptation du secteur hôtelier pendant la crise de la Covid-19 en Algérie a été cruciale pour faire face aux défis économiques et sanitaires. La pandémie a entraîné un arrêt total de l'activité touristique, impactant fortement le secteur. Les hôtels ont dû s'adapter en se concentrant davantage sur le tourisme intérieur, qui est devenu essentiel en raison de la fermeture des frontières. Malgré les pertes importantes subies, le secteur du tourisme a été identifié comme un levier potentiel pour la reprise économique du pays après la période de confinement. Les hôtels ont également dû mettre en place des mesures sanitaires strictes pour assurer la sécurité des clients et du personnel, tout en cherchant des moyens de revitaliser l'industrie du tourisme pour les touristes nationaux (Benali, 2021).

2.1. Impact initial de la crise sur les hôtels en Algérie

L'impact initial de la crise sur les hôtels en Algérie a été significatif, avec des conséquences majeures sur l'activité hôtelière

L'impact de la crise du Covid-19 sur le secteur hôtelier en Algérie a été significatif, entraînant des conséquences économiques et sociales majeures. La pandémie a provoqué une

baisse drastique de l'activité hôtelière, avec des pertes financières considérables et une augmentation du chômage. En Algérie, des hôtels ont été utilisés pour la mise en quarantaine des rapatriés, tandis que d'autres ont subi des pertes importantes. Les agences de tourisme ont également été fortement touchées, avec des conséquences alarmantes. La crise a incité les acteurs du secteur à s'adapter, à repenser leur stratégie marketing, et à se concentrer sur l'expérience client et les normes sanitaires. La reprise du secteur hôtelier en Algérie et dans le monde devrait être progressive, avec des changements importants à prévoir, notamment une orientation vers un tourisme de proximité et une numérisation accrue pour faciliter les voyages (Hassaine, 2021).

La crise sanitaire de la Covid-19 a fortement impacté le secteur hôtelier en Algérie, entraînant des pertes financières importantes et une hausse du chômage. Selon les estimations, les pertes dans l'hôtellerie pour s'élève à 500 milliards de centimes, avec pour conséquence, 50 000 chômeurs

Le manque à gagner est considérable, en raison de l'arrêt brutal des circulations nationales et internationales. La reprise de l'activité est progressive, avec des changements majeurs, tels qu'une orientation vers le tourisme de proximité et une numérisation accrue pour faciliter les voyages.

Les hôtels doivent également mettre l'accent sur le respect total des règles d'hygiène et les moyens mis en place pour les garantir (Leroux, et Ferhane, 2017).

Les professionnels du secteur pensent que 12 à 24 mois seront nécessaires pour retrouver les niveaux de 2018 et 2019.

La reconstruction du secteur prendra donc du temps

2.1.1. Fermeture des frontières et restrictions de voyage:

En mars 2020, l'Algérie a pris la décision de fermer ses frontières aériennes et maritimes en raison de la pandémie. Cette mesure a entraîné une chute brutale du nombre de touristes étrangers, car les voyages internationaux étaient fortement restreints. De plus, les restrictions de voyage intérieures ont également eu un impact négatif sur le tourisme national, car les voyageurs étaient limités dans leurs déplacements à l'intérieur du pays. Ces mesures ont été nécessaires pour assurer la sécurité et la santé de tous, mais elles ont certainement eu un impact significatif sur l'industrie du tourisme en Algérie (Maelenn, 2021).

2.1.2. Annulation de réservations et baisse de la demande :

La pandémie a eu un impact considérable sur l'industrie hôtelière en Algérie. Les réservations d'hôtel ont été massivement annulées, en particulier pour les groupes et les conférences. Les restrictions de voyage et les mesures de distanciation sociale ont entraîné une diminution significative de la demande pour les voyages d'affaires. De nombreuses entreprises ont opté pour des réunions virtuelles plutôt que des déplacements physiques. Cela a été un défi pour les hôtels qui dépendent en partie de la clientèle d'affaires (Maelenn, 2021).

2.1.3. Chute du chiffre d'affaires et des profits:

Le chiffre d'affaires des hôtels a chuté de manière spectaculaire, avec des baisses de 50 % à 80 % par rapport à l'année précédente en 2020

De nombreux hôtels ont été contraints de fermer leurs portes, temporairement ou définitivement (Julien, 2021).

2.1.4. Perte d'emplois:

La crise a eu un impact dévastateur sur le secteur hôtelier en Algérie. Des milliers d'emplois ont été perdus, ce qui a entraîné des difficultés économiques importantes pour les employés licenciés. La fermeture des hôtels et la diminution de la demande ont conduit à des licenciements massifs, laissant de nombreuses personnes sans emploi et confrontées à des défis financiers. C'est une situation difficile pour tous ceux qui dépendent de l'industrie hôtelière pour leur gagne-pain (Lainé, 2023).

2.1.5. Mesures gouvernementales de soutien:

Le gouvernement algérien a pris des mesures de soutien pour aider le secteur hôtelier à survivre à la crise. Ces mesures comprennent des subventions, des prêts à taux d'intérêt bas et des reports de charges fiscales. L'objectif est d'alléger le fardeau financier des hôtels et de leur permettre de maintenir leur activité pendant cette période difficile. Ces mesures visent à soutenir l'industrie hôtelière et à préserver les emplois qui en dépendent. C'est encourageant de voir que le gouvernement reconnaît l'importance de ce secteur et met en place des mesures pour le soutenir (Benelkadi, 2023).

2.1.6. Impact sur l'image du tourisme algérien :

La pandémie a malheureusement eu un impact négatif sur l'image du tourisme algérien. Les restrictions de voyage et les préoccupations liées à la santé ont dissuadé de nombreux touristes étrangers de se rendre en Algérie. Après la fin de la pandémie, il pourrait y avoir une

certaine réticence à voyager dans le pays en raison de ces préoccupations persistantes. Cependant, il est important de noter que l'Algérie a de nombreux atouts touristiques, tels que son patrimoine culturel riche, ses paysages magnifiques et son hospitalité chaleureuse. Avec des mesures appropriées de promotion et de sécurité, il est possible de restaurer l'image du tourisme algérien et d'attirer à nouveau les touristes étrangers (Hassaine, et al., 2021).

2.2. Défis rencontrés par les hôtels algériens pendant la pandémie

Pendant la pandémie, les hôtels algériens ont rencontré des défis majeurs (Gacem, et Zougagh, 2022) :

2.2.1. Chute du nombre de touristes :

La fermeture des frontières et les restrictions de voyage ont entraîné une chute drastique du nombre de touristes étrangers et nationaux, privant les hôtels de leur principale source de revenus.

2.2.2. Confinement restriction de déplacement :

Les mesures de confinement et de couvre-feu ont eu un impact significatif sur les hôtels. Beaucoup d'entre eux ont dû fermer leurs portes pendant plusieurs mois, ce qui a entraîné une perte de revenus importante. Même ceux qui ont pu rester ouverts ont été contraints de réduire leur capacité d'accueil et de mettre en place des mesures strictes de distanciation sociale. Cela a également eu un impact négatif sur leurs revenus, car ils ne pouvaient pas accueillir autant de clients qu'auparavant (Mehenni, 2021).

2.2.3. Difficultés d'approvisionnement et augmentation des coûts:

La pandémie a entraîné des difficultés d'approvisionnement en produits alimentaires et autres produits nécessaires au fonctionnement des hôtels. Les restrictions de voyage et les perturbations dans les chaînes d'approvisionnement ont rendu l'obtention de certains produits plus difficile. Cela a pu affecter la qualité et la variété des aliments proposés aux clients des hôtels. De plus, l'augmentation des coûts des produits et des services a également eu un impact négatif sur la rentabilité des hôtels. Les hôtels ont dû faire face à des dépenses plus élevées, ce qui a pu entraîner des ajustements des prix et une pression sur leur rentabilité (Mehenni, 2021).

2.2.4. Manque de personnel qualifié:

La pandémie a également entraîné une pénurie de personnel qualifié dans le secteur du tourisme, ce qui a rendu difficile la reprise des activités après la levée des restrictions

2.2.5. Respect des mesures sanitaires:

Les hôtels ont dû mettre en place des mesures sanitaires strictes pour garantir la sécurité de leurs clients et de leur personnel, ce qui a entraîné des coûts supplémentaires.

2.3. Mesures prises par le gouvernement pour soutenir le secteur hôtelier

Pendant la pandémie de COVID-19, le gouvernement algérien a pris plusieurs mesures pour soutenir le secteur hôtelier. Décret exécutif n° 20-0211 Portant octroi d'une aide financière au profit des artisans et commerçants exerçant dans les secteurs du tourisme, de l'artisanat et des métiers d'art, sinistrés par les effets de la pandémie du coronavirus (Covid-19) Journal officiel n° 44 Date du 30 juillet 2020. Cela comprend ;

2.3.1. Exonérations fiscales et sociales:

- Exonération de l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS) pour les années 2020 et 2021.
- Exonération de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) pour les années 2020 et 2021.
- Réduction de la TVA de 19% à 9% pour les services d'hébergement et de restauration.
- Report des échéances de paiement des cotisations sociales pour les employeurs du secteur hôtelier.

2.3.2. Aide financière:

- Octroi d'un crédit d'exploitation bonifié à taux d'intérêt 0% pour les hôtels et les agences de voyages.
- Mise en place d'un fonds de garantie pour les prêts bancaires accordés aux entreprises du secteur du tourisme.
- Subvention des charges salariales pour les entreprises du secteur hôtelier.

2.3.3. Mesures de soutien à l'emploi:

- Prise en charge par l'État des indemnités de chômage des employés du secteur hôtelier mis en chômage technique.
- Mise en place d'un programme de formation pour les employés du secteur hôtelier.

2.3.4. Mesures de promotion du tourisme:

- Lancement d'une campagne de communication nationale pour promouvoir le tourisme local.
- Participation aux foires et salons internationaux du tourisme.
- Conclusion de partenariats avec les pays étrangers pour la promotion du tourisme algérien. (Lesecho, 2022)

2.3.5. Mesures sanitaires:

- Mise en place d'un protocole sanitaire strict pour les hôtels et les restaurants.
- Formation du personnel du secteur hôtelier aux gestes barrières.
- Mise à disposition de gel hydroalcoolique et de masques dans les hôtels et les restaurants.

2.4. Adaptation des services dans l'industrie hôtelière

Les hôtels ont dû réorganiser et améliorer certains de leurs services pour assurer la sécurité et le bien-être de leurs clients et du personnel. Pendant la pandémie, les hôtels en Algérie ont mis en place des mesures pour assurer la sécurité des clients. Ils effectuent des contrôles de température à l'entrée et prennent des précautions en cas de température élevée. De plus, ils fournissent des masques, des gants et du gel désinfectant à tous les clients. Les procédures de nettoyage ont également été améliorées avec l'utilisation de produits plus spécifiques et efficaces. Ces mesures visent à garantir la santé et le bien-être de tous les clients. Et aussi le room service et Livraison, face aux restrictions de déplacement et de rassemblement, les hôtels ont dû s'adapter pour offrir des services de restauration en chambre et de livraison. Cela permet de limiter les contacts et les déplacements des clients tout en maintenant une offre de restauration. Ainsi, les clients peuvent profiter de repas dans le confort de leur chambre tout en respectant les mesures sanitaires en vigueur. Cette tendance a permis aux hôtels de continuer à offrir des services de restauration de qualité tout en assurant la sécurité et le bien-être de leurs clients. Ainsi, Pour faire face à l'afflux de malades dans les hôpitaux saturés, le gouvernement algérien a annoncé qu'un "grand hôtel" serait réservé dans chaque wilaya touchée pour prendre en charge les patients COVID-19 souffrant d'un manque d'oxygène (HDB, 2024).

2.5. Analyse de l'industrie hôtelière en Algérie pendant la COVID-19**• Taux d'occupation**

Le taux d'occupation moyen des hôtels en Algérie pendant la pandémie de COVID-19 a été très faible, reflétant l'impact significatif de la crise sur l'activité hôtelière. Les données

montrent que le taux d'occupation des chambres a été généralement inférieur à 20% en 2020, bien en-dessous des niveaux requis pour assurer la viabilité financière des établissements

En 2020, le meilleur taux annuel d'occupation des chambres classées 3*, 4* et 5* n'a pas dépassé 20%. La majorité des hôtels n'ont pas dépassé un taux d'occupation de 10% en 2020. Pour assurer un équilibre des charges, il faudrait un taux d'occupation d'au moins 40%, et 60% pour dégager des bénéfices (Benali, 2021).

En comparaison avec les années précédentes, le taux d'occupation en 2020 a été significativement plus faible. Les données de 2019 montrent un taux d'occupation plus élevé, bien qu'elles ne soient pas spécifiquement données pour les catégories d'hôtels 3*, 4* et 5*. Cependant, les chiffres pour l'ensemble des hôtels algériens indiquent que le nombre d'entrées touristiques a atteint 2.934.975 en 2019, contre 2.726.957 en 2018

. Ceux-ci suggèrent que le taux d'occupation des hôtels était plus élevé avant la pandémie.

La majorité des hôtels n'ont pas dépassé un taux d'occupation de 10% en 2020. Pour assurer un équilibre des charges, il faudrait un taux d'occupation d'au moins 40%, et 60% pour dégager des bénéfices.

Le désastre est encore plus important pour les nouveaux hôtels ouverts en 2019 et 2020, qui sont endettés auprès des banques, notamment à Oran qui connaît une surcapacité hôtelière (Benali, 2021).

• Annulation des réservations

Le taux d'annulation des réservations dans l'industrie hôtelière en Algérie pendant la période de la COVID-19 a été significatif, reflétant l'impact majeur de la pandémie sur le secteur. De nombreuses annulations ont eu lieu, entraînant des perturbations importantes dans les réservations d'hôtels :

Les agences de voyages ont signalé une hausse des annulations de réservations par leurs clients en raison de la psychose liée à la pandémie. Cette situation a été alarmante pour les agences de tourisme et de voyages, qui ont été confrontées à des défis majeurs en raison de l'incertitude et des restrictions de voyage imposées par la crise sanitaire.

Les hôtels en Algérie ont également été touchés par des annulations de réservations, notamment en lien avec les mesures de confinement et les restrictions de déplacement. La fermeture temporaire des établissements hôteliers a été ordonnée à plusieurs reprises, entraînant des annulations massives de réservations et une baisse significative du taux d'occupation

En résumé, le taux d'annulation des réservations dans l'industrie hôtelière en Algérie pendant la COVID-19 a été élevé (Talbi, 2023).

•Capacité d'accueil

Pendant la période de la Covid-19 en Algérie, la capacité d'accueil des hôtels a été significativement impactée. Alors qu'il y avait 45 millions de nuitées disponibles en Algérie, le nombre de nuitées réellement vendues est passé de 8 millions à 3 millions en raison de la pandémie. Cette baisse importante de la fréquentation hôtelière est une conséquence directe des restrictions et des préoccupations liées à la santé publique pendant la crise sanitaire (Talbi, 2023).

•Profil des clients

Pendant la pandémie de COVID-19, le profil des clients dans l'hôtellerie en Algérie a subi des changements significatifs. Les recherches indiquent que les préférences et les comportements des clients ont évolué. En ce qui concerne la nationalité des clients, il y a eu une tendance à une augmentation des réservations locales et une diminution des voyages internationaux. Les Algériens ont été plus enclins à voyager à l'intérieur du pays, favorisant ainsi le tourisme local. De plus, les clients ont montré une préférence accrue pour des réservations flexibles et des politiques d'annulation plus souples, en raison de l'incertitude liée à la pandémie. Ces changements dans le profil des clients ont amené les hôtels à s'adapter en offrant des services et des politiques plus flexibles pour répondre à cette nouvelle demande (Florence, 2021).

La pandémie de COVID-19 a eu un impact considérable sur l'activité hôtelière en Algérie. Les hôtels ont dû s'adapter en mettant en place des mesures de sécurité et d'hygiène strictes pour assurer la santé et le bien-être des clients. Malgré les restrictions et les défis, l'industrie hôtelière algérienne a fait preuve de résilience en offrant des services adaptés, tels que la restauration en chambre et la livraison, pour répondre aux besoins des clients tout en respectant les mesures sanitaires. Cette période a également été l'occasion pour les hôtels de renforcer leurs procédures de nettoyage et de mettre en place des protocoles plus rigoureux., l'industrie hôtelière en Algérie reste déterminée à offrir des expériences de séjour de qualité et à assurer la sécurité de ses clients.

Section 3 : le secteur hôtelier post-covid-19

L'industrie hôtelière algérienne, durement frappée par la pandémie de Covid-19, commence à renaître de ses cendres, laissant entrevoir des lueurs d'espoir pour un avenir prometteur. Après une année 2020 catastrophique marquée par des fermetures d'établissements, des baisses de chiffre d'affaires et des pertes d'emplois massives, le secteur connaît une résurrection progressive depuis 2021.

3.1. Analyse de donnée de l'activité hôtelière en Algérie

Après la pandémie de COVID-19, l'industrie hôtelière en Algérie a été fortement impactée, avec des pertes financières considérables et des changements significatifs dans les habitudes de voyage. Les statistiques montrent que la contribution de l'industrie du tourisme au PIB de l'Algérie a connu une baisse abrupte d'environ 50% en 2020 par rapport à l'année précédente, passant d'environ 4,7 milliards de dollars américains à un chiffre estimé. Cette diminution des revenus est directement attribuée aux restrictions de voyage et aux fermetures d'infrastructures touristiques imposées pour contenir la propagation du virus. En outre, le nombre de touristes nationaux et internationaux séjournant dans les hôtels et établissements d'hébergement en Algérie a chuté de manière significative en 2020, témoignant de l'impact désastreux de la pandémie sur le secteur du tourisme intérieur et international. Ces données indiquent une part de marché réduite pour l'industrie hôtelière en Algérie après la pandémie de COVID-19, avec des défis importants à relever pour la reprise du secteur (Hernborg, 2024)

• Taux d'occupation

Malgré une légère reprise, le secteur hôtelier reste en convalescence. La crise a incité les Algériens à découvrir leur pays, favorisant ainsi le tourisme local. Certains établissements, comme le complexe La Gazelle d'Or à El Oued, a observé une affluence croissante de familles algériennes pendant les vacances, ce qui a contribué à une reprise progressive du secteur

Selon les données de l'Office National des Statistiques (ONS), Le taux d'occupation des hôtels en Algérie a connu une baisse significative pendant la pandémie de COVID-19. Avant la crise, le taux d'occupation moyen était d'environ 70%. Pendant la période de confinement et de restrictions de voyage, ce taux est tombé à moins de 20%. Depuis la levée progressive des mesures sanitaires, le taux d'occupation a commencé à remonter, atteignant environ 50% en 2022 (HDB, 2024).

•Capacité d'accueil :

Les hôtels ont adapté leurs offres pour répondre aux nouvelles attentes des clients, en misant sur la personnalisation de l'accueil et la différenciation. Cette approche vise à offrir une expérience unique et sur-mesure aux clients, ce qui peut influencer positivement la capacité d'accueil et la fidélisation de la clientèle, Depuis 2021, on observe une lente reprise avec la réouverture progressive de certains établissements. La capacité d'accueil est estimée à plus de 135 000 lits en 2022 et devrait atteindre 140 000 lits en 2023 grâce à la mise en service de nouveaux projets hôteliers (Younsi, 2022).

•Profil des clients

Le profil des clients dans l'industrie hôtelière en Algérie a connu des changements significatifs après la pandémie de COVID-19. Les voyageurs pourraient accorder plus d'importance à l'hygiène et à la sécurité plusieurs profils de clients cibles pour l'industrie hôtelière en Algérie y compris les Voyageurs d'affaires qui recherchent des commodités telles que des espaces de travail fonctionnels, une connexion Wi-Fi rapide et des services de conciergerie pour faciliter leurs déplacements professionnels Touristes occasionnels qui réservent des vacances une ou deux fois par an et s'intéressent aux attractions locales.

En résumé, le profil des clients dans l'industrie hôtelière en Algérie après la pandémie de COVID-19 met en avant la priorité à la sécurité et au bien-être, la flexibilité et l'adaptabilité, l'appétence pour les expériences personnalisées (Benelkadi, 2022).

•Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires généré par l'industrie hôtelière en Algérie a subi un effondrement de plus de 70% en 2020 par rapport à 2019. Cette baisse drastique s'explique par la chute du taux d'occupation et du nombre de visiteurs. Bien que le secteur commence à se redresser, le chiffre d'affaires reste encore très inférieur aux niveaux d'avant la pandémie. Le chiffre d'affaires de l'industrie hôtelière algérienne devrait continuer à se redresser en 2023, bien qu'il n'ait pas encore atteint les niveaux d'avant la pandémie (MTA, 2024).

3.2. Innovations et transformations numériques dans le secteur

Innovations et transformations numériques dans le secteur hôtelier en Algérie après la Covid-19 ont pris une importance croissante. La digitalisation est devenue vitale pour le secteur,

avec un fort intérêt pour la personnalisation de l'accueil et la création d'offres sur mesure grâce à l'exploitation des données clients. Les hôtels se numérisent progressivement via des plateformes de réservation en ligne, visant à développer le tourisme algérien et à faciliter les voyages. De plus, la transformation digitale est un levier de croissance pour le secteur hôtelier, soulignant l'importance des OTA (Online Travel Agencies) dans cette évolution. La crise sanitaire a également mis en lumière l'importance de l'innovation et de l'adaptation aux nouvelles tendances de consommation et de voyage pour les hôtels en Algérie

Le secteur de l'hôtellerie en Algérie connaît une transformation numérique importante ces dernières années. Cette évolution est due à plusieurs facteurs, dont (Ayrade, 2022):

3.2.1. L'évolution des attentes des clients:

Les clients d'aujourd'hui sont de plus en plus connectés et exigeants. Ils recherchent des expériences personnalisées et une interaction fluide avec les hôtels. C'est pourquoi ils utilisent de plus en plus les plateformes de réservation en ligne et les réseaux sociaux pour comparer les offres et prendre leurs décisions. Les hôtels en Algérie comprennent cette évolution et mettent en place des stratégies pour offrir des services sur mesure et une communication efficace avec leurs clients. Ils utilisent les nouvelles technologies pour faciliter les réservations en ligne et rester en contact avec les voyageurs tout au long de leur séjour (Benelkadi, 2022).

3.2.2. L'émergence de nouvelles technologies :

L'intelligence artificielle, le big data, la blockchain et d'autres technologies ouvrent de nouvelles perspectives passionnantes pour le secteur de l'hôtellerie. Ces avancées technologiques peuvent être utilisées de différentes manières pour améliorer l'expérience client, optimiser la gestion des hôtels et réduire les coûts. Par exemple, grâce à l'intelligence artificielle, les hôtels peuvent personnaliser les offres et recommandations en fonction des préférences des clients. Le big data permet de collecter et d'analyser des données pour mieux comprendre les besoins des clients et adapter les services en conséquence. Et la blockchain offre une solution sécurisée pour les paiements et les transactions (Amazone, 2024).

Voici quelques exemples d'innovations et de transformations numériques dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie:

- **Réservation en ligne:** De plus en plus d'hôtels en Algérie proposent des services de réservation en ligne sur leur site web ou via des plateformes de réservation internationales.

- **Chatbots et assistants virtuels:** Certains hôtels utilisent des chatbots et des assistants virtuels pour répondre aux questions des clients et leur fournir des informations sur les services et les attractions disponibles.
- **Paiement mobile:** Le paiement mobile est de plus en plus populaire en Algérie, et de nombreux hôtels acceptent désormais les paiements par smartphone.
- **Personnalisation:** Les hôtels utilisent les données clients pour proposer des offres personnalisées et des services adaptés aux besoins de chaque client.
- **Marketing digital:** Les hôtels utilisent les réseaux sociaux et les campagnes de marketing digital pour atteindre une audience plus large et promouvoir leurs services.

En conclusion, le secteur de l'hôtellerie en Algérie est en pleine transformation numérique. Les innovations et les technologies numériques offrent de nouvelles opportunités pour améliorer l'expérience client, optimiser la gestion des hôtels et accroître la compétitivité du secteur (Amazone, 2024).

Voici quelques défis que le secteur de l'hôtellerie en Algérie doit relever pour réussir sa transformation numérique :

- **Manque de compétences :** Le secteur de l'hôtellerie a besoin de personnel qualifié pour développer et utiliser les technologies numériques.
- **Coût élevé des technologies :** L'investissement dans les technologies numériques peut être un frein pour les petits hôtels.
- **Connectivité internet :** La qualité de la connexion internet peut être un problème dans certaines régions d'Algérie.
- **Réticence au changement :** Certains hôteliers peuvent être réticents à adopter de nouvelles technologies.

3.3. Les perspectives d'avenir pour le secteur hôtelier en Algérie après la pandémie

Les perspectives d'avenir pour le secteur hôtelier en Algérie après la pandémie sont prometteuses

3.3.1. Adaptation aux nouvelles normes sanitaires :

Les hôtels devront mettre en place des mesures strictes de santé et de sécurité pour assurer la confiance des voyageurs. Cela inclut des protocoles de nettoyage renforcés, des contrôles de température, et la disponibilité de matériel de protection individuelle.

3.3.2. Développement de l'écotourisme :

L'Algérie possède une richesse naturelle et culturelle unique. Les hôtels peuvent se positionner en tant qu'acteurs clés de l'écotourisme en proposant des expériences respectueuses de l'environnement, telles que des circuits de randonnée, des activités de préservation de la faune et de la flore, et des pratiques durables (Benelkadi, 2022).

3.3.3. Partenariats et collaborations :

Les hôtels peuvent envisager des partenariats avec des acteurs locaux tels que des agences de voyages, des guides touristiques, et des entreprises de restauration pour offrir des expériences complètes aux voyageurs. La collaboration entre les différents acteurs de l'industrie touristique peut contribuer à stimuler la demande et à créer des synergies positives.

Défis à relever :

Diversification de l'offre touristique: Le secteur hôtelier algérien est trop dépendant du tourisme balnéaire. Il est important de développer d'autres types de tourisme, tels que le tourisme saharien, culturel, etc.

Amélioration de la qualité des services: La qualité des services dans les hôtels algériens est souvent jugée insuffisante par les touristes. Il est important de mettre en place des normes de qualité et de former le personnel.

Renforcement de la compétitivité: Le secteur hôtelier algérien est confronté à une forte concurrence de la part d'autres destinations touristiques méditerranéennes. Il est important de renforcer la compétitivité du secteur en proposant des prix attractifs et des services de qualité.

Promotion de la destination Algérie: Il est important de promouvoir la destination Algérie auprès des touristes étrangers (Ameziane, 2023).

Opportunités à saisir (Leroux, et Ferhane, 2017) :

Le développement du tourisme interne : Le tourisme interne représente un potentiel important pour le secteur hôtelier algérien. Il est important de mettre en place des mesures pour encourager les Algériens à voyager dans leur pays.

L'essor du tourisme numérique : Le numérique offre de nouvelles opportunités pour le secteur hôtelier. Il est important de développer des outils numériques pour faciliter la réservation des hôtels et la promotion de la destination Algérie.

L'investissement dans le secteur hôtelier : Le secteur hôtelier algérien a besoin d'investissements pour se moderniser et se développer. Il est important de créer un climat favorable à l'investissement.

L'avenir de l'industrie hôtelière algérienne est prometteur. Le pays possède de nombreux atouts pour devenir une destination touristique attractive, notamment un riche patrimoine culturel et naturel, une population jeune et dynamique, et un gouvernement qui soutient le développement du secteur (Leroux, et Ferhane, 2017).

Conclusion du chapitre

L'activité hôtelière en Algérie a connu des hauts et des bas au fil des années. Avant la pandémie, le secteur était en plein essor, avec de nombreux hôtels et une affluence touristique croissante. Cependant, la pandémie de Covid-19 a eu un impact significatif, entraînant une baisse drastique du tourisme et de l'activité hôtelière. Après la pandémie, le secteur se rétablira progressivement à mesure que les restrictions seront levées et que les voyageurs retrouveront confiance. Les hôtels en Algérie continueront de jouer un rôle essentiel dans l'accueil des visiteurs et dans la promotion du tourisme dans le pays.

Malgré les défis rencontrés, le secteur continue de se développer et de s'adapter aux besoins des voyageurs. Les hôtels en Algérie offrent une variété de services et de commodités pour assurer un séjour agréable aux visiteurs. De plus, l'Algérie regorge de sites touristiques magnifiques, tels que le Sahara, les oasis et les vestiges historiques, qui attirent de nombreux voyageurs. Le pays a un énorme potentiel pour attirer davantage de touristes et stimuler l'activité hôtelière dans les années à venir.

Chapitre IV

**Étude de l'impact de la crise
économique du COVID sur l'activité
de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia**

CHAPITRE IV : étude de l'impact de la crise économique du Covid sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

Introduction

Les chapitres précédents nous ont donnés un aperçu de l'impact du covid-19 dans l'industrie hôtelière.

Dans ce chapitre, Nous allons nous plonger dans l'étude de cas de l'hôtel Atlantis Akbou. Nous allons examiner en détail son activité avant, pendant et après la crise du COVID-19, afin de mieux comprendre les développements et les mesures prises pour faire face à cette situation sans précédent. Ainsi que les développements et les stratégies mises en place pour assurer la sécurité des clients et maintenir un service de qualité.

Tout d'abord, nous allons nous pencher sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou avant la pandémie. Nous allons explorer son taux d'occupation, les services proposés aux clients, ainsi que la demande touristique dans la région. Cela nous permettra d'avoir une base solide pour évaluer l'impact du COVID-19 sur l'industrie hôtelière en général et sur cet établissement en particulier.

Ensuite, nous aborderons la période pendant la crise du COVID-19. Nous examinerons les mesures prises par l'hôtel Atlantis Akbou pour assurer la sécurité de ses clients et de son personnel. Cela inclut des protocoles de nettoyage renforcés, la mise en place de mesures d'hygiène strictes et la promotion de la distanciation sociale. Nous étudierons également la diminution de la demande touristique et les défis auxquels l'hôtel a dû faire face pour maintenir son activité.

Enfin, nous nous intéresserons à la période post-COVID-19. Nous analyserons les stratégies mises en place par l'hôtel Atlantis Akbou pour se rétablir et attirer à nouveau les clients. Cela peut inclure des offres spéciales, des partenariats avec des agences de voyage ou des initiatives axées sur le tourisme local. Nous verrons comment l'hôtel a réussi à s'adapter à cette nouvelle réalité et à se positionner sur le marché.

Ce chapitre nous permettra d'avoir une vision claire de l'impact du COVID-19 sur l'activité hôtelière, en utilisant l'exemple concret de l'hôtel Atlantis Akbou.

Dans un premier temps nous allons donner une brève présentation sur le cas d'étude, en deuxième lieu nous allons déduire l'impact du Covid sur les activités de l'hôtel, nous détaillerons ensuite

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

(section III) les outils utilisés pour la collecte des données, à savoir l'entretien semi-directif auprès du responsable du centre mise en forme de l'hôtel.

Enfin la présentation de la façon dont nous avons analysés les données recueillies

Section 01 : présentation de l'organisme d'accueil

Dans cette partie, nous allons présenter l'organisme d'accueil, en étudiant son histoire, son organisation et les divers services qu'il offre.

1.1.Aperçu historique de l'hôtel Atlantis

Au départ, AZIZ HAMITOCHE, le dirigeant, occupait le poste de responsable et de gérant de la prestigieuse entreprise algérienne de produits laitiers « SOUMMAM » créée par son père, monsieur LOUNIS HAMITOCHE. Ensuite, Mr AZIZ a pris la décision d'investir dans le secteur de l'hôtellerie et de créer sa propre entreprise. En raison du manque important d'infrastructures dans le secteur hôtelier dans la wilaya de Bejaia en général et la ville d'Akbou en particulier. Donc, en 2015, il ouvrit son premier hôtel quatre étoiles avec le logo « Atlantis », situé à Akbou, dans la commune de Bejaia. Son slogan était « Atlantis, là où je dépose ma valise ». Depuis l'ouverture de l'hôtel Atlantis à Akbou, la ville a connu une nouvelle effervescence touristique.

Par la suite, il a souhaité fonder une entreprise complète et étendre le groupe Atlantis en ajoutant un autre hôtel, cette fois-ci à Bejaia. Un hôtel de luxe cinq étoiles, avec le même logo Atlantis, inauguré en 2020. Un hôtel de luxe haut de gamme et d'ailleurs le premier hôtel cinq étoiles à Bejaia qui a rapidement réussi à se positionner et à se démarquer. Deux autres hôtels ont été ouverts par le patron, l'un à Alger et l'autre à Akbou, et ce n'est que le commencement.

L'Atlantis Akbou est un hôtel quatre étoiles de luxe situé à Akbou, dans la province de Béjaia, en Algérie. Il s'agit d'un hôtel contemporain et agréable qui propose une variété de services et d'équipements pour rendre le séjour plaisant.

Les chambres de l'hôtel sont spacieuses et bien équipées, avec des équipements modernes comme la climatisation, la télévision et un accès Internet. Il offre aussi une offre de restauration sur place, avec un restaurant offrant une cuisine locale et internationale délicieuse.

Afin de se relaxer, les clients auront la possibilité de s'amuser à la piscine de l'hôtel ou de se rendre au spa pour une séance de détente. La présence d'espaces de réunion et de conférences à l'hôtel Atlantis Akbou en fait un choix parfait pour les voyageurs d'affaires.

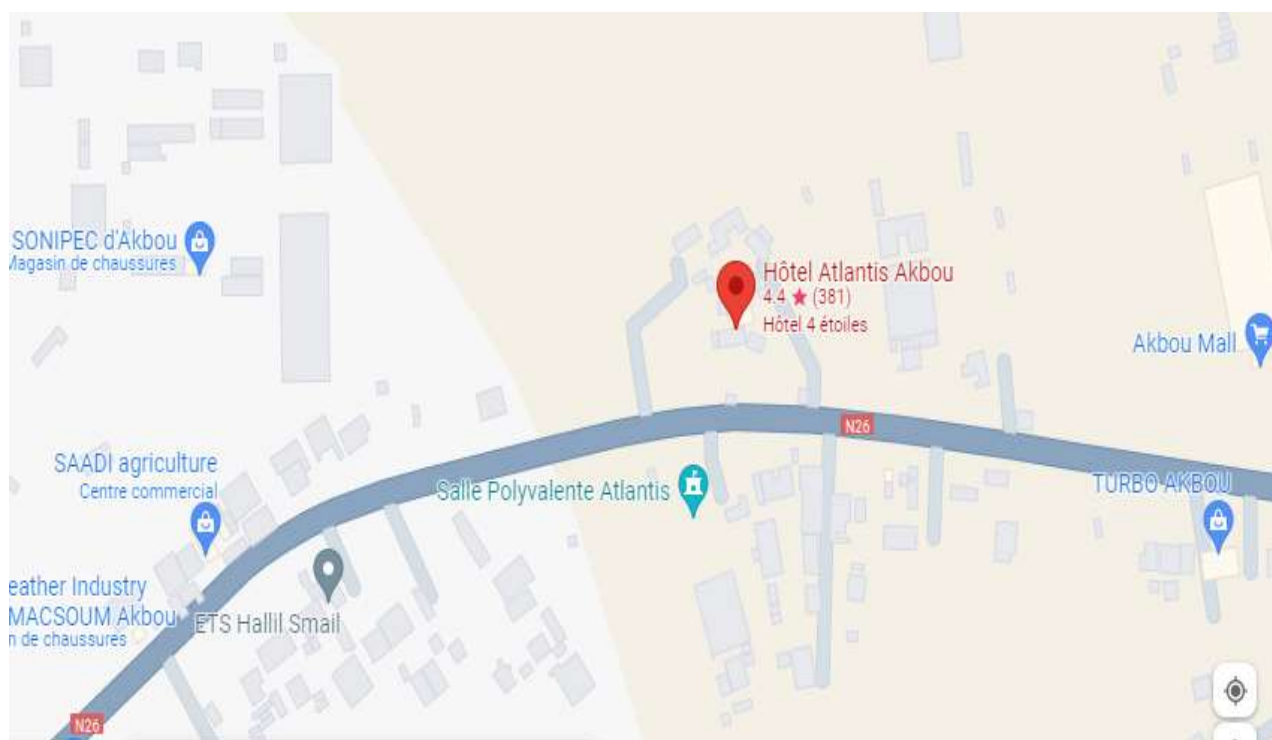
Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

1.2. Localisation géographiques de l'hôtel Atlantis

En ce qui concerne la localisation géographique, l'hôtel est situé dans la ville d'Akbou, qui est entourée par de magnifiques paysages montagneux. C'est un endroit idéal pour les amoureux de la nature et les amateurs de randonnée, avec de nombreux sentiers et sites naturels à explorer à proximité.

L'établissement hôtelier Atlantis se trouve à la sortie ouest de la ville d'Akbou. Sur le chemin de fer national n°26. Il est facilement repérable et relativement accessible aux utilisateurs, il est équipé d'un panneau lumineux au-dessus de la construction qui peut être observé à distance. De droite, il est entouré de deux usines de production ALCOVAL et MAC-SOUM, tandis que de gauche, il est entouré de la maison automobile AKBOU AUTO et de la fabrique de métal RELLY METAL.

Figure 13: Itinéraire de l'emplacement de l'hôtel Atlantis



Source : Google maps

1.3. Les différents services de l'hôtel Atlantis

L'hôtel Atlantis est un immeuble composé de six étages. Un total de 40 chambres et 07 suites luxueuses. Les chambres sont dotées tous les équipements modernes tels que la salle de bain, la climatisation, le wifi, la télévision, etc. Le double vitrage des fenêtres est en aluminium.

Il dispose d'un vaste parking automobile, d'une réception avec un salon spacieux et d'un restaurant avec une terrasse pouvant accueillir jusqu'à 150 personnes au rez-de-chaussée.

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

Un café et une pizzeria au premier étage, ainsi qu'un snack panoramique au sixième étage. Et une salle de réunion pouvant accueillir au moins 120 participants.

- **Le back-office** : Représente l'organisation interne de l'hôtel, qui rassemble le potentiel humain et technique (comptables, contrôleur de gestion, ressources humaines, cuisine, magasin, services techniques) et dont la tâche principale est d'assurer la liaison entre les différents services hôteliers et la façade hôtelière. Bureau et divers organisateurs externes
- **Le front office** : Composé de l'ensemble des collaborateurs de contact, y compris l'accueil et le commercial, leur mission est de prendre en charge et traiter toutes les demandes des clients, notamment la réservation d'hébergements, l'organisation de séminaires, formations, banquets, réceptions diverses... etc. Un espace adapté est également prévu pour assurer un service de qualité.

L'hôtel propose une variété de services tels que la restauration et l'hébergement. L'hôtel a choisi un modèle d'organisation fonctionnel depuis sa création. Ces activités sont donc réparties en fonctions spécialisées aux caractéristiques fortement différenciées, à savoir :

1.3.1. La restauration :

Le restaurant a une capacité de 120 places, sert la clientèle et peut organiser des banquets (séminaires, réunions festives, etc.) et est ouvert tous les jours de 12h00 à 15h00, avec déjeuner à 19h00. Dîner à 22h00.

Figure 14 : restaurant Zahra



Source : organisme d'accueil

1.3.2. 1er étage :

Cafeteria et fastfood « belle vue » : pour profiter de vos instants de relaxation, pour savourer un délicieux café ou une boisson rafraîchissante en compagnie d'amis ou de famille dans un environnement chaleureux et paisible, tout en admirant la vue imprenable sur le mont du Djurdjura.

Figure 15: cafeteria belle vue de l'hôtel Atlantis AKBOU.



Source : organisme d'accueil

Salle de conférence SOUMMAM : pour les rencontres, les séminaires et les congrès. L'hôtel Atlantis propose à ses clients une salle de conférence pouvant accueillir 120 personnes, équipée d'un matériel de haute technologie. Le but principal est de fournir un accompagnement sur mesure aux clients pour trouver la salle de séminaire qui répond parfaitement à leurs attentes.

Figure 16 : salle de conférence Soummam



1.3.3. Les autres espaces de l'hôtel Atlantis

Pendant qu'on explorait l'hôtel Atlantis, on a eu la chance de découvrir :

- **Sous-sol :**

La chambre froide.

Magasin de stockage.

La cuisine (plats traditionnels et moderne).

Réfectoire.

Blanchisserie.

- **La réception**

Dans l'industrie hôtelière, le service de réception joue un rôle crucial (accueil des clients, hébergement des clients, facturation des séjours des clients, organisation des départs des clients, encaissement de toutes les factures (chèque, espèces, carte de paiement, etc.).

Il est possible de réserver les chambres directement en se rendant à la réception, par courrier électronique ou par téléphone. Pour trouver une chambre, le client doit fournir une pièce d'identité

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

(CIN/passeport/PC...) et compléter la fiche de police qui doit être envoyée au commissariat de police avant minuit immédiatement.

Figure 17: la réception de l'hôtel Atlantis



Source : documents interne de l'hôtel

- **La cour :**

L'hôtel Atlantis dispose d'un grand parking de plus de 50 places, d'un groupe électrogène et d'un poste de police dans sa cour.

Figure 18 : Parking de l'hôtel



Source : document interne de l'hôtel

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

- **Les étages (housekeeping)**

Le service étage Il s'agit du service qui permet de relier la chambre du client aux autres services.

Il est essentiel de souligner l'importance de cette cellule, car les employés des étages entrent dans les chambres des clients et s'occupent de leur nettoyage, de la confection des lits, du changement des draps, etc.

L'hôtel Atlantis dispose d'un service d'étage comprenant une gouvernante générale et quatre (04) femmes de chambre.

Du 2eme au 6ème étage :

L'hôtel est composé de 6 étages. 06 étages comprenant 47 chambres. Les chambres sont spacieuses et originales dans leur design, créant ainsi une ambiance chaleureuse et calme. Pour un niveau de confort inégalé. Chaque chambre dispose d'une télévision et d'un téléphone avec ligne directe. Quelques-unes offrent également un balcon pour vous détendre et un service de réveil par téléphone est à votre disposition. Tous les étages sont accessibles par ascenseur.

Du 2eme au 4eme étage : 6 triples

Du 2eme au 5eme étage : 4 Twin.

Du 2eme au 5eme étage : 30 standards

Du 2eme au 5eme étage : 4 suites juniors.

Au 6eme étage : 3 suites seniors.

Service et avantage :

- ✓ Room service
- ✓ Lavage de votre linge (sur demande)
- ✓ Gamme complète de produits d'accueil salle de bain
- ✓ Ascenseur
- ✓ Toute la laiterie et la vaisselle provient des fournisseurs des plus grands hôtels de luxe
- ✓ Climatisation centralisé

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

1.3.4. Extérieur :

La salle de sport, la piscine interne et externe, le restaurant « ZAHRA », le Hammam, le Jacuzzi, la Sauna, le salon de coiffure et l'Esthétique sont disponibles à l'extérieur de l'hôtel Atlantis.

Figure 19: terrasse Zahra



Source : documents interne de l'hôtel

- **La salle polyvalente**

Elle possède la compétence de recevoir et de satisfaire ses convives. Elle est adaptée à tous les événements, qu'ils soient grandioses ou plus modestes, tels que des spectacles, des mariages, des fêtes de circoncision et des lancements de produits. Elle peut accueillir jusqu'à 1000 personnes. Il est équipé d'un parking pour 80 véhicules.

Figure 20: Salle polyvalente Atlantis



Source : document interne de l'hôtel

2. L'organisation fonctionnelle et administrative de l'hôtel

2.1. Organisation et fonctionnement de l'entreprise

L'organisation d'une entité se caractérise par trois aspects essentiels ; volet décisionnel, volet de planification et un volet exécutif :

- **Volet décisionnel** : comprend la direction générale, qui est dirigée par le directeur général. Son rôle est de garantir le bon fonctionnement de l'entreprise, de coordonner les activités d'exploitation et d'exploration potentielles, ainsi que de contrôler et valider les décisions soumises et proposées.
- **Volet de planification** : il est principalement composé de l'aide-comptable et des ressources humaines. Il est responsable de l'édition de certains documents qui sont principalement automatisés : fiche de paie, certificat de précompte, solde de tout compte... En tant qu'acteur sur le terrain, il est le premier à détecter des erreurs comptables. Le contrôleur de gestion : qui apporte son soutien à la direction de l'entreprise et exerce une influence sur la prise de décisions stratégiques liées à l'activité de l'entreprise. Afin d'accomplir cela, il contribue à établir des objectifs de budget prévisionnel réalistes en se basant sur les informations provenant de divers services de cette entreprise. Le chef exécutif, le maître d'hôtel, le responsable du front office, la gouvernante HSE/manager, le chef de service technique et le responsable économat sont également chargés de garantir le bon fonctionnement et de coordonner les différents services.
- **Volet exécutif** : dans une fonction productive, il est celui qui fabrique les biens et services, et plus largement, selon sa fonction il participe à la création de richesses dans l'entreprise. Il n'a pas le rôle de celui qui prend la décision, mais de celui qui l'exécute.

2.2. Présentation de l'organigramme de l'hôtel Atlantis akbou

Généralement, un organigramme est un outil informatif et organisationnel employé au sein d'une entreprise pour établir les liens hiérarchiques, organisationnels et fonctionnels entre les diverses fonctions de la structure. Il s'agit d'une photo présentant les postes occupés dans votre organisation et les relations qui pourraient exister entre eux. C'est aussi un moyen de répartir les responsabilités au sein de l'entreprise. Il s'agit principalement d'un moyen de communication visant à simplifier la compréhension des relations et des liens qui existent au sein de la société. Il a pour but de répondre aux objectifs suivants : Une meilleure compréhension du fonctionnement de

Chapitre IV **Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia**

l'organisation, une meilleure compréhension de ces interlocuteurs, de leurs rôles, des liens interprofessionnels et des relations de commandement. Il s'agit aussi d'un outil d'analyse de dysfonctionnement, pratique pour les responsables de l'organisation afin de résoudre les problèmes organisationnels existants lorsque cela est nécessaire.

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

Figure 11. organigramme de l'hôtel

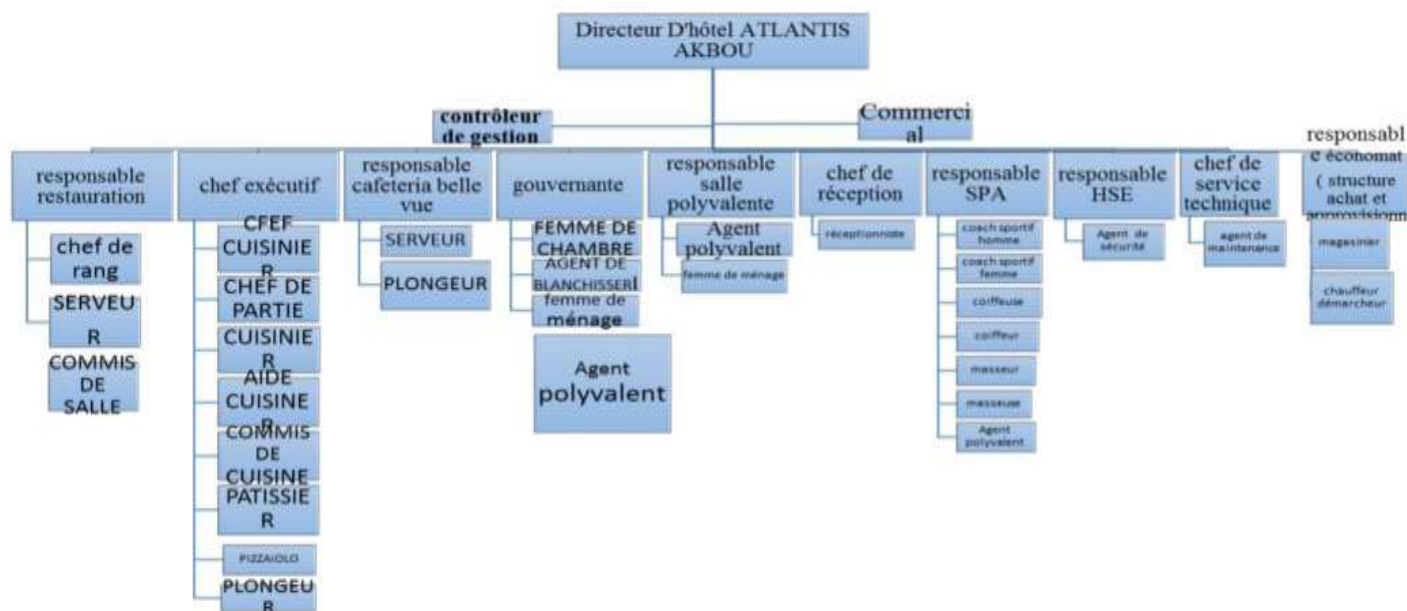


Figure 21 : organigramme de l'hôtel

2.3. Rôles et missions des départements de l'hôtel Atlantis

• La direction générale

Le directeur général d'un hôtel a pour rôle de superviser toutes les opérations de l'hôtel, de s'assurer de la satisfaction des clients, de gérer le personnel, de développer des stratégies pour augmenter les revenus et de maintenir la qualité des services. C'est un poste clé pour assurer le bon fonctionnement et la réussite de l'hôtel.

• Contrôleur de gestion

Le rôle du contrôleur de gestion en hôtellerie est de veiller à la gestion financière de l'établissement. Il est responsable de l'analyse des coûts, du suivi des budgets, de l'optimisation des revenus et de la mise en place de procédures pour assurer une gestion efficace. Son objectif est d'aider l'hôtel à atteindre ses objectifs financiers tout en maintenant un bon niveau de qualité des services. C'est un poste clé pour assurer la rentabilité de l'hôtel.

• Commercial

Le rôle du commercial en hôtellerie est de promouvoir l'établissement et attirer de nouveaux clients. Il est chargé de développer des partenariats, de négocier les contrats avec des agences de voyages ou des entreprises, et de mettre en place des stratégies de ventes pour maximiser les réservations. Son objectif est d'augmenter le taux d'occupation de l'hôtel et optimiser les revenus. C'est un poste crucial pour assurer la croissance et la réussite de l'établissement.

• Comptabilité

Le service de comptabilité en hôtellerie est chargé de gérer les aspects financiers de l'établissement. Cela comprend la tenue des registres financiers, la gestion des factures et des paiements, le suivi des dépenses et des revenus, ainsi que la préparation des rapports financiers. Le service de comptabilité joue un rôle essentiel dans la gestion financière de l'hôtel

• Responsable restauration

Le rôle du responsable de restauration dans un hôtel est de superviser et coordonner les activités de l'équipe restauration, y compris le chef de rang qui est responsable de l'organisation du service en salle et de la satisfaction des clients, les hôtesse accueillent les clients et les guident vers leur table, et les serveurs prennent les commandes, servent les plats et veillent au bien être des clients. Ensembles ils travaillent en équipe pour offrir un service de qualité et une expérience aux clients.

• Chef exécutif

Il assure la conception des cartes, des menus, des suggestions et des fiches techniques ; il établit le coût de revient des plats. Il est responsable de l'approvisionnement, mais aussi de la qualité des mets réalisés par la brigade cuisine qu'il dirige. Il est responsable de la formation du personnel composant sa brigade, ainsi que les apprentis, auxquels il transmet son savoir. Enfin, il entretient les relations de la cuisine avec les autres services des restaurants ou de l'hôtel. D'ailleurs, il existe qu'un seul chef pour toute la chaîne hôtelière ATLANTIS.

• Gouvernante

La gouvernante d'un établissement hôtelier encadre, organise et contrôle le personnel d'entretien et de ménage des chambres, sanitaire et parties communes de l'hôtel : femme de chambre et lingère. Elle veille aussi personnellement à la propreté des meubles, à leur agencement, à la décoration et au bon fonctionnement des sanitaires, l'outillage de ménage, sa maintenance, la

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

gestion des stocks des produits et des fournitures sont également à sa charge, elle en assure le renouvellement après inventaire, sa responsabilité s'étend également à l'approvisionnement des minibars. Si l'hôtel possède une buanderie intégrée, c'est aussi la gouvernante d'hôtel qui veille à son fonctionnement.

• Ressource humaine (RH)

Les ressources humaines c'est tout d'abord une fonction essentielle au sein de la structure organisationnelle d'une entité, c'est ce département qui s'occupe d'une partie importante du management des ressources humaines, il est impératif si une entreprise ou toute autre entité administrative veut correctement fonctionner.

• Front office (chef de réception)

Le front office manager ou chef de réception est, comme son nom l'indique, responsable de toute la partie réception de l'hôtel, c'est à lui de vérifier et contrôler le travail du personnel d'accueil caisse, l'administration, mais aussi la sécurité, il a également pour mission le recrutement et la formation du personnel de réception. Afin d'assurer la rentabilité de l'hôtel, celui-ci doit mettre en place des actions des analyses commerciales afin de fidéliser les clients, le front office manager assure la transmission d'informations avec les autres services de l'hôtel, il participe aux réunions et s'occupe de gérer les éventuelles plaintes des clients.

• Responsable SPA

Le responsable SPA en hôtellerie est chargé de superviser les opérations du SPA de l'hôtel, de gérer le personnel et de s'assurer que les clients bénéficient d'une expérience relaxante et agréable. Le SPA de l'hôtel ATLANTIS AKBOU dispose d'autres services tel que : HAMMAM, SAUNA, PISCINE CHAUFFANTE, SALON DE COIFFURE ET ESTHETIQUE, UN CENTRE DE MISE EN FORME.

• Responsable HSE (hygiène, sécurité et environnement)

Le responsable HSE en hôtellerie est responsable de la sécurité et de l'environnement de l'hôtel, en mettant en place des politiques et des procédures pour assurer la sécurité des clients et du personnel, ainsi que la protection de l'environnement. Tant dis que la chaîne hôtelière ATLANTIS dispose d'un seul responsable HSE.

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

• Chef de service technique

Le chef de maintenance est responsable de l'entretien de l'établissement en général, il veille au bon fonctionnement des installations et prend en charge les différents travaux de maintenance et d'aménagement des bâtiments, pour cela, il est aidé par une équipe de techniciens de maintenances, plus ou moins important selon la taille de l'établissement, appartenant à différents corps de métiers « maçons, électricien, peintre... ». Il connaît parfaitement les plans d'installation de l'établissement, le matériel, les installations électriques... Le chef de maintenance et son équipe assurent toutes les opérations d'entretien, de dépannage, de réparation et les travaux de tout ordre au sein de l'établissement, respectant les règles de sécurité en rigueur et les délais de réalisation des travaux

• Responsable économat

C'est celui qui assure l'approvisionnement et vérifie l'état des stocks dans un hôtel où un service de restauration, tout ce qui rentre et sort est géré par lui, en premier lieu, sa tâche consiste à gérer les stocks ; il est le garant des inventaires et des clôtures de fin de mois ; participe à l'optimisation des rations marchandises ; applique les procédures des métiers de bons de commande, de bon de livraison et de facturation, l'économiste assure également le stockage des entrées dans les lieux prévus et la distribution au différent service (la cuisine, les étages ..etc.).

L'une des difficultés du métier réside à gérer à la fois la relation avec les fournisseurs et les employés de l'hôtel, il doit connaître et respecter les normes en vigueur pour le déconditionnement et le déstockage des produits périssables (surgelé, produits frais, ou dangereux, produits de nettoyage). Il s'exerce surtout dans les grands hôtels, notamment l'hôtellerie de chaîne, dans les petits hôtels. L'économiste est assuré par le directeur ou chef de cuisine, dans un très grand hôtel.

Section 02 : l'impact du COVID-19 sur l'activité de l'hôtel Atlantis AKBOU

Avant la crise du Covid-19, l'Hôtel Atlantis à Akbou était un lieu prisé par les voyageurs en quête de détente et de confort. Avec ses installations modernes, son service attentionné et sa proximité avec les attractions locales, Atlantis offrait une expérience hôtelière agréable à ses clients. Cependant, pendant la pandémie, l'activité de l'hôtel a été fortement impactée. Les mesures de confinement et les restrictions de voyage ont entraîné une baisse significative de la demande, obligeant Atlantis à fermer temporairement ses portes. Après la crise, l'hôtel a dû s'adapter aux

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

nouvelles normes sanitaires et de sécurité, mettant en place des protocoles stricts pour assurer la santé et le bien-être de ses clients et de son personnel. Malgré ces défis, Atlantis reste un lieu accueillant où les voyageurs peuvent profiter d'un séjour agréable à Akbou.

2.1.L'activité de l'hôtel Atlantis akbou avant COVID-19

Avant la pandémie, Atlantis AKBOU était une destination populaire auprès des voyageurs, offrant des équipements modernes et un service attentionné.

L'hôtel accueillait régulièrement des événements et des mariages, offrant des espaces adaptés pour ces occasions spéciales. Les clients pouvaient profiter d'équipements de loisirs tels que la piscine extérieure, un restaurant gastronomique, café/pizzeria proposant une cuisine délicieuse.

L'hôtel offrait un large éventail de chambres, allant des chambres standard aux suites luxueuses, pour répondre aux besoins des clients. De chambres équipées de télévision, climatisation, minibar et coffre-fort. D'ailleurs, il disposait également d'un service de conciergerie, qui offrait une assistance personnalisée pour les réservations, En ce qui concerne les installations, l'hôtel avait des salles de réunion et de conférence bien équipées, idéales pour les événements professionnels

Le personnel de l'établissement était réputé pour son accueil chaleureux et son professionnalisme, créant une atmosphère conviviale et agréable pour les clients, Aussi d'un parking gardé et d'un accès Wi-Fi gratuit.

L'Hôtel Atlantis offrait différents modes de réservation, tels que la réservation en ligne via des plateformes de réservation, ainsi que la possibilité de réserver par téléphone ou en personne à la réception de l'hôtel. Pour promouvoir leurs services, l'hôtel utilisait des canaux de publicité tels que des annonces dans des magazines de voyage, et une présence active sur les réseaux sociaux.

Avant la pandémie de COVID-19, l'hôtel avait mis en place des cartes de fidélité pour le restaurant et l'hôtel. Ces cartes permettaient aux clients réguliers de bénéficier d'avantages exclusifs tels que des réductions sur les repas et les nuitées, des sur classements de chambre et des offres spéciales. C'était une façon pour l'hôtel de récompenser la fidélité de ses clients et de les inciter à revenir régulièrement

2.1.1. La clientèle de l'hôtel Atlantis Akbou

La majorité des clients proviennent de la région c'est-à-dire des algériens. Cependant, ils accueillent parfois des étrangers. Ceux sont principalement des personnes de l'industrie, des

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

sociétés pharmaceutiques, et des grandes entreprises tel que CEVITAL, Cela s'explique par sa situation géographique stratégique et ses installations adaptées aux besoins professionnels. Les voyageurs d'affaires peuvent profiter des salles de réunion et des services de restauration de qualité pour mener leurs activités en toute efficacité. De plus, l'hôtel offre un environnement propice à la détente après une journée de travail intense.

En effet, cela varie en fonction des saisons, en d'autres termes, pendant la base saison, la plupart sont des clients d'affaires, tant dis que pendant la saison estival le tourisme augmente donc c'est des clients de loisirs, familles, nuit de noces...

2.2.L'activité de l'hôtel Atlantis Akbou pendant COVID-19

Pendant cinq mois, à partir du 20 mars 2020, la situation était assez délicate lorsque l'hôtel a dû informer les clients qui étaient déjà sur place de la fermeture et leur demander de quitter les lieux. Cela a certainement causé des désagréments pour les clients, mais il est important de prioriser la sécurité et la santé de tous.

La gestion des réservations a également été un défi. Annuler les réservations et les bons de commande des entreprises n'est jamais une tâche facile, mais c'était nécessaire compte tenu des circonstances exceptionnelles. Les pertes financières et matérielles doivent avoir été importantes, en particulier en ce qui concerne les produits laitiers et les viandes qui ont une durée de conservation limitée. La perte était estimée à 290.000 dinars

Juste avant la fermeture de l'hôtel Atlantis Akbou, ils se sont concentrés davantage sur la gestion de leurs dettes et créances envers les tiers. C'était une étape importante pour assurer la stabilité financière de l'hôtel durant cette période d'incertitude.

Une chose admirable est que le propriétaire de l'hôtel a pris soin de ses employés en cette période difficile en leur versant un salaire pendant la fermeture. C'est rassurant de voir cette solidarité et cette considération envers le personnel. Cela a dû être un grand soulagement pour les employés qui ont pu continuer à subvenir à leurs besoins malgré la fermeture de l'hôtel.

Pendant la période de COVID-19, la digitalisation est devenue le principal moyen de communication entre l'hôtel et ses clients. C'était comme un télétravail pour l'équipe de l'hôtel, qui envoyait des courriels aux clients pour les informer de la réouverture de l'établissement et du retour progressive de l'activité. Ils ont également envoyé des invitations aux entreprises pour des

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

séminaires, en veillant à respecter le protocole sanitaire. C'était un défi, mais grâce à la digitalisation, ils ont pu rester connectés avec leurs clients et s'assurer que tout se déroule en toute sécurité.

Après 5 mois de fermeture, l'hôtel rouvre ses portes après avoir reçu une note de la direction générale du tourisme en continuant à lutter contre le COVID-19 avec prudence et des restrictions et un protocole sanitaire stricte tel que la distanciation sociale, le port de bavette, et présence obligatoire du gel hydroalcoolique, et l'obligation d'une présence d'un médecin au sein de l'hôtel, et de la capacité d'accueil a été réduite à 50% y compris le restaurant avec l'obligation du room service.

Pendant la reprise de l'hôtel Atlantis Akbou, ils ont organisé le personnel en groupes qui travaillaient à tour de rôle. Cela leur a permis de gérer efficacement les effectifs et de maintenir un service de qualité constant. C'est une approche intelligente pour s'adapter à la situation actuelle.

2.3.L'activité de l'hôtel Atlantis Akbou après COVID-19

Avant et après c'est presque la même chose Après la période de COVID-19, l'activité de l'Hôtel Atlantis Akbou a repris progressivement. Ils ont mis en place des mesures de sécurité et d'hygiène strictes pour garantir la santé et la sécurité de leurs clients. L'hôtel propose toujours une gamme complète de services, y compris l'hébergement, les repas et les activités de loisirs. De plus, il y a un nouveau service qui permet de contacter les entreprises pour le service traiteur sur place. La majorité des entreprises étaient d'accord car cela bénéficie à leur personnel avec des tarifs réduits sur toutes les prestations de l'hôtel. C'est une excellente opportunité pour offrir des avantages à leurs employés tout en profitant des services de l'hôtel.

Avant la période de COVID, les entreprises organisaient des conventions avec une consommation illimitée pour leurs employés. Cependant, après COVID, les choses ont changé et les entreprises ont commencé à limiter la consommation. De plus, alors qu'auparavant il n'y avait pas de limite sur le nombre d'employés participant aux conventions, après COVID, certaines entreprises ont commencé à limiter le nombre d'employés autorisés à y assister. En conséquence, certains employés ont décidé de quitter leurs postes, notamment ceux qui ont choisi de changer d'activité. La situation a donc évolué et a entraîné des ajustements dans les politiques des entreprises.

L'hôtel Atlantis akbou a ajouté un nouveau service de centre de remise en forme pour offrir à leurs clients une expérience de détente ultime après cette dure période, il est composé d'un SPA ultra

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

moderne, d'une salle de sport équipée, d'un jacuzzi apaisant, d'une piscine chauffante relaxante et même d'un salon de coiffure. Le SPA est accessible aux résident et au public, il propose des cours de natation pour enfants et un aqua gym pour femmes...

2.3.1. La clientèle de l'hôtel après COVID-19

Après la pandémie du COVID-19, l'hôtel Atlantis Akbou a conservé une grande partie de sa clientèle habituelle, et également élargi sa clientèle en travaillant avec des agences de voyage, des organisations sociales et même des entreprises pharmaceutiques. Cela signifie qu'ils proposent maintenant des services spécifiques pour répondre aux besoins de ces différents groupes. Par exemple, ils peuvent organiser des événements spéciaux pour les organisations sociales ou offrir des forfaits sur mesures pour les entreprises pharmaceutiques. L'hôtel Atlantis akbou cherche vraiment à offrir des expériences uniques et adaptées à chaque type de client.

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

Section 03: l'impact du Covid sur la rentabilité de l'hôtel Atlantis Akbou

L'impact de la COVID-19 sur la rentabilité de l'Hôtel Atlantis est un sujet crucial à explorer. La pandémie a profondément affecté l'industrie hôtelière, et l'Hôtel Atlantis n'a pas été épargné. Explorons ensemble comment cette crise sanitaire a influencé les performances financières de cet établissement emblématique.

3.1. Impact sur l'hébergement et le taux d'occupation des chambres

Nombre de chambres de l'hôtel : 47 chambres

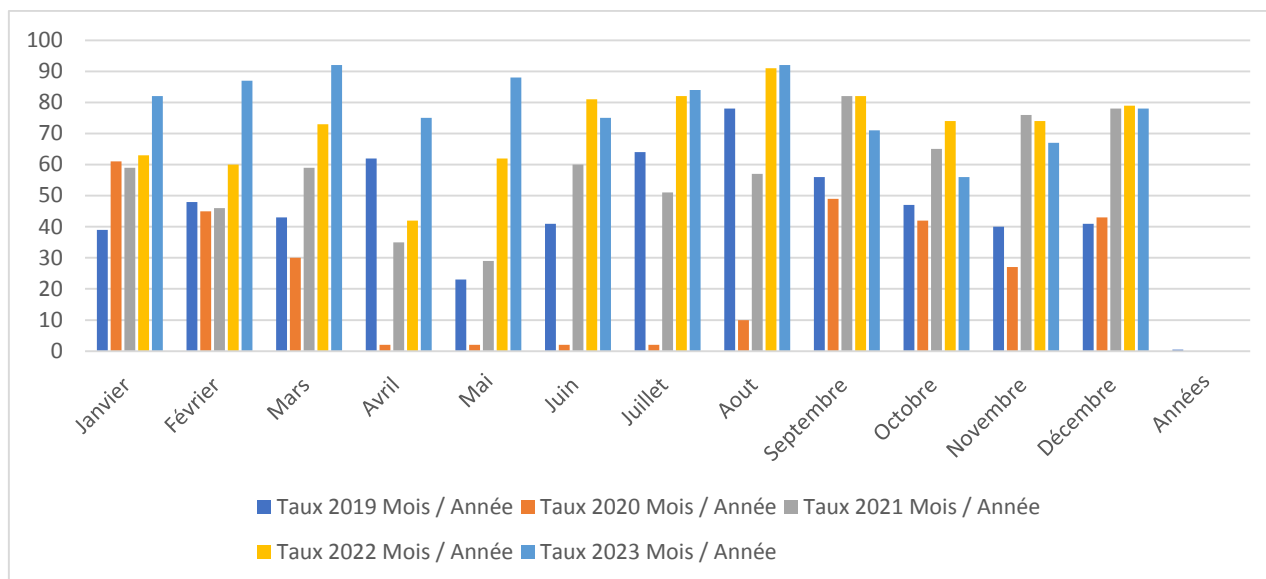
Le taux d'occupation est exprimé en pourcentage (%). C'est un indicateur qui permet de mesurer la proportion de chambres occupées par rapport au nombre total de chambres disponibles dans l'hôtel.

Tableau n° 02 : taux d'occupation des chambres enregistrée sur les cinq Années

Taux d'occupation / Mois / Année	2019	2020	2021	2022	2023
Janvier	39	61	59	63	82
Février	48	45	46	60	87
Mars	43	30	59	73	92
Avril	62	2	35	42	75
Mai	23	2	29	62	88
Juin	41	2	60	81	75
Juillet	64	2	51	82	84
Aout	78	10	57	91	92
Septembre	56	49	82	82	71
Octobre	47	42	65	74	56
Novembre	40	27	76	74	67
Décembre	41	43	78	79	78
Années	48%	26.25%	58.08%	72.06%	78.95%

Source : contrôle de gestion hôtel Atlantis Akbou__ responsable SPA

Figure 22 : Évolution du taux d'occupation sur les cinq dernières années



Source : document interne de l'entreprise

Analyse :

Les taux d'occupation à l'Hôtel Atlantis Akbou ont connu des fluctuations significatives au cours des dernières années, reflétant les divers défis et évolutions de l'industrie hôtelière. En 2019, le taux était de 48%, montrant une activité modérée. Cependant, en 2020, le taux a chuté à 26,25%, probablement en raison des restrictions liées à la pandémie de COVID-19 qui ont impacté l'ensemble du secteur. Cette baisse suggère une période difficile où l'activité a été fortement perturbée.

Par la suite, en 2021, le taux a rebondi de manière significative pour atteindre 58,08%, indiquant une reprise progressive et encourageante de l'activité hôtelière. Cette augmentation peut refléter une certaine normalisation après les perturbations de l'année précédente. En 2022 et 2023, les taux ont continué sur une tendance positive, atteignant respectivement 72,06% et 78,95%, ce qui témoigne d'un regain d'intérêt pour l'hôtel et d'une reprise plus solide de l'activité touristique.

Ces données illustrent la résilience de l'Hôtel Atlantis Akbou face aux défis, ainsi que la capacité du secteur hôtelière à rebondir et à s'adapter aux conditions changeantes. La progression constante des taux d'occupation au fil des ans indique une dynamique favorable et une reprise progressive de l'activité, offrant des perspectives encourageantes pour l'avenir de l'hôtel.

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

3.2. Impact sur la masse salariale

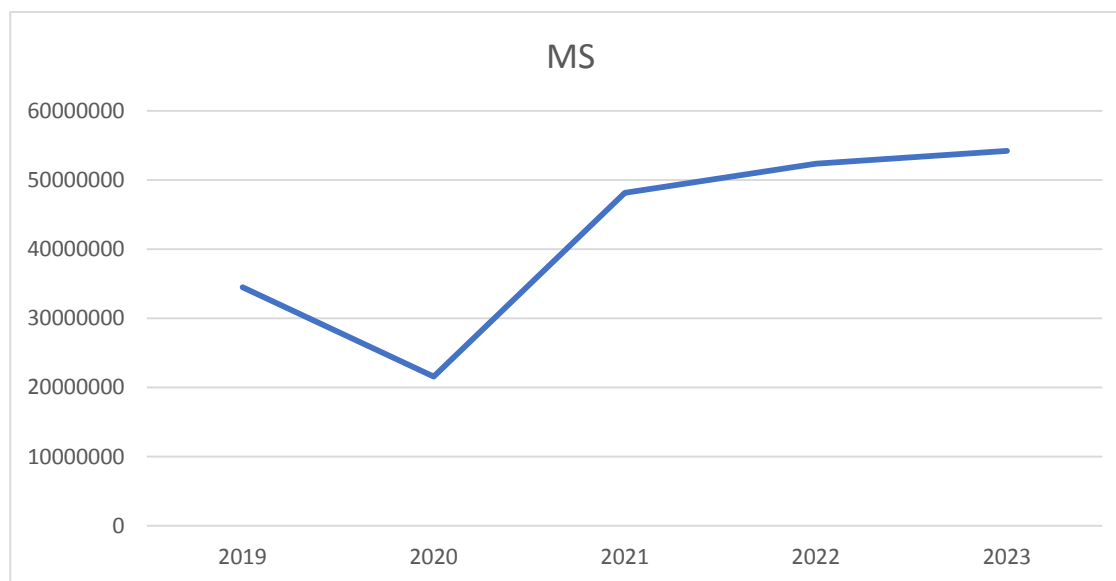
L'utilisation du chômage temporaire, également connu sous le nom de chômage partiel, dans les secteurs touchés par la crise du coronavirus a eu un impact négatif sur les salaires. Cela s'est traduit par une baisse de l'indice désaisonnalisé de la masse salariale dans de nombreux secteurs, notamment dans le secteur du tourisme, plus précisément dans l'hébergement et la restauration. Selon les données de l'hôtel, la masse salariale cumulée a enregistré une baisse historique en raison des crises sanitaire et économique causées par l'épidémie de Covid-19.

Tableau n 03 : tableau comparatif de la masse salariale sur les cinq années

Années	2019	2020	2021	2022	2023
MS	34 470 173	21 546 714	48 142 288	52 354 681	54 221 344

Source : document interne de l'entreprise

Figure 23 : Masse salariale de l'hôtel



Analyse :

Ces chiffres reflètent une évolution significative de la masse salariale de l'Hôtel Atlantis Akbou au cours des cinq dernières années. Cette variation témoigne de la capacité de l'établissement à s'adapter et à évoluer dans un environnement changeant. Les fluctuations observées pourraient être

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

le résultat de diverses influences telles que les conditions économiques, les investissements dans les ressources humaines, ou encore les stratégies de croissance mises en place.

On peut constater que la masse salariale a connu une baisse significative de 37% pendant la période de Covid-19. Malgré cela, la direction de l'hôtel a pris la décision de continuer à verser les salaires des employés en contrat à durée indéterminée (CDI) tout au long de la période de confinement. Cependant, il est possible que les contrats à durée déterminée aient été résiliés.

On observe une nette tendance à la hausse de la masse salariale sur la période étudiée, avec une augmentation cumulée de près de 70% entre 2019 et 2023

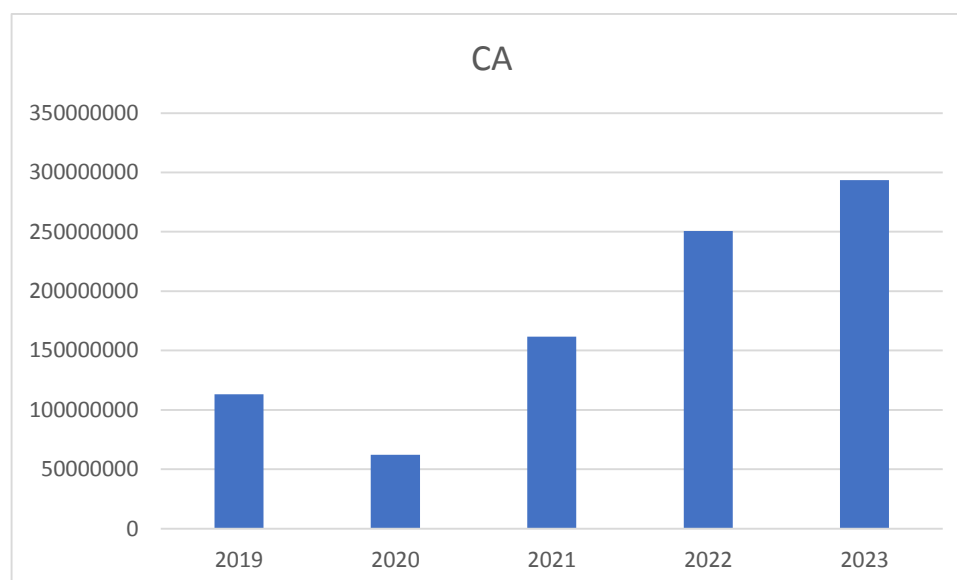
3.3. Impact sur le CA global

Tableau n°04 : Évolution du CA de l'hôtel sur les cinq années

Années	2019	2020	2021	2022	2023
CA	113037419,94	62242316,05	161779589,88	250726314,68	293498917,63

Source : document interne de l'entreprise

Figure 24 : chiffre d'affaire de l'hôtel sur les cinq années



Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

Analyse :

Avant l'avènement de la COVID-19, l'hôtel semblait sur une trajectoire ascendante avec une croissance régulière de son chiffre d'affaires, témoignant d'une dynamique positive dans ses activités. Pendant la période de crise en 2020, une baisse significative a été constatée, probablement due aux restrictions de voyage et à l'impact économique global de la pandémie. Cependant, après cette période critique, l'hôtel a su rebondir de manière impressionnante, affichant une reprise vigoureuse de son chiffre d'affaires. Cette résilience et cette capacité d'adaptation démontrent la force et la flexibilité de l'établissement face aux défis du secteur, mettant en lumière sa capacité à évoluer et à prospérer malgré les circonstances difficiles.

3.4. Analyse des données et l'interprétation des résultats

Dans cette section, nous allons vous expliquer comment nous avons procédé pour mener notre étude. Nous vous présenterons la méthodologie que nous avons utilisée pour collecter les informations et interpréter les résultats de notre enquête.

Question 1 : Pourriez-vous vous présenter ?

Réponse : Je suis Mr BOUKIR LEKHDER responsable SPA a Atlantis akbou. Depuis 2005, j'ai occupé différents postes dans l'industrie hôtelière. J'ai travaillé en tant que réceptionniste, chef de réception, directeur d'hébergement, directeur adjoint, directeur d'hôtel et responsable du spa. J'ai eu l'opportunité de travailler dans plusieurs hôtels tels que l'Hôtel Le Corsaire Alger, l'Hôtel Necib Beach Alger, l'Hôtel Thiziri Bejaia, l'Hôtel Nassim Sétif, l'Hôtel Métropole Sidi Bel Abbes et l'Hôtel Atlantis Akbou.

Question 2 : Quelle catégorie de clients chercher-vous à attirer ?

Réponse : L'hôtel Atlantis a une mission claire : offrir une gamme complète de services liés à la restauration, à l'hébergement, ainsi qu'aux événements spéciaux tels que les réceptions, les conférences, les séminaires et les congrès. Pour mieux comprendre nos clients et répondre à leurs besoins, nous réalisons une analyse approfondie du marché. Cela nous permet de cibler les clients potentiels et d'identifier de nouvelles opportunités commerciales. Parmi les clients qui fréquentent régulièrement l'hôtel Atlantis, nous avons les voyageurs d'affaires, les agences de voyages, les participants à des séminaires, conférences et autres événements, ainsi que les clubs sportifs. Nous

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

nous efforçons de répondre aux attentes de chacun de nos clients et de leur offrir une expérience mémorable lors de leur séjour chez nous.

Question 3 : quels sont les différentes prestations que propose l'hôtel ?

Réponse : L'hôtel Atlantis propose une offre variée qui comprend une multitude d'activités de loisirs et de bien-être pour le plaisir de nos clients. Tout cela se déroule dans un environnement sécurisé où la satisfaction de notre clientèle est notre priorité. En plus de l'hébergement et de la restauration, nous avons également mis en place d'autres services hôteliers tout aussi importants. Parmi les plus populaires, on retrouve :

- Le Wi-Fi : Le wifi est un service très apprécié par les voyageurs qui veulent rester connectés à leurs comptes de réseaux sociaux, de messagerie et même profiter de Netflix. C'est un service indispensable pour ceux qui souhaitent avoir un accès constant à leurs différentes plateformes en ligne.
- Le chauffage ou la climatisation centralisée
- Le parking : Le parking gratuit est toujours un avantage pour nos clients, car cela leur permet de disposer d'un espace sécurisé pour garer leurs véhicules sans frais supplémentaires.
- Des produits de bains ((shampooing de qualité, gel douche, serviettes, etc.)
- Une télévision, un coffre-fort, un frigo dans toutes les chambres
- Sauna, SPA, piscine chauffée, salle de sport, séances de massage, des services hôteliers de luxe qui Permettent de passer d'excellentes vacances, dans un confort total

Question 4 : comment l'hôtel a-t-il adapté ses services et installations en réponse à la crise ?

Réponse : En affichant le protocole sanitaire dans tous les endroits de l'hôtel où les clients se rendent fréquemment, et en installant une signalisation claire aux entrées pour indiquer les voies d'entrée et de sortie, on peut éviter les croisements entre les personnes.

Question 5 : quels nouveaux services l'hôtel a-t-il ajoutés pour répondre aux besoins des clients après Covid ? est-ce que l'hôtel a mis en place des offres spéciales pour attirer de nouveaux clients ?

Réponse : L'Hôtel Atlantis Akbou a récemment élargi ses prestations en proposant un tout nouveau centre de fitness et un salon de beauté. De plus, ils ont mis en place des offres spéciales, comme

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

des promotions, des réductions et des partenariats avec de nouvelles entreprises, dans le but d'attirer de nouveaux clients.

Question 6 : quelles sont les tendances ou les changements observés dans le comportement des clients depuis le début de la crise du covid-19 ?

Réponse : Depuis le début de la crise du Covid-19, nous avons observé plusieurs tendances et changements dans le comportement de nos clients à l'hôtel Atlantis Akbou. Beaucoup de clients sont devenus plus soucieux de leur santé et de leur sécurité, et accordent une plus grande importance à l'hygiène. Ils demandent également des mesures de distanciation sociale et des protocoles sanitaires stricts. De plus, nous avons remarqué une augmentation de la demande pour des services de livraison en chambre et des options de restauration sans contact. Les clients sont également plus attentifs aux offres spéciales et aux tarifs flexibles. Nous nous adaptons constamment pour répondre à ces nouvelles attentes et garantir une expérience sûre et agréable à nos clients.

Question 7 : comment l'hôtel a-t-il soutenu ses employés pendant cette période difficile ?

Réponse : Pendant cette période de COVID, l'hôtel Atlantis Akbou a mis en place plusieurs mesures pour soutenir ses employés. Tout d'abord, nous avons veillé à leur sécurité en fournissant des équipements de protection individuelle tels que des masques et des gants. De plus, nous avons mis en place des protocoles sanitaires stricts pour garantir un environnement de travail sûr. Nous avons également offert un soutien financier en maintenant les salaires et en proposant des avantages supplémentaires tels que des primes. Enfin, nous avons mis en place des formations en ligne pour permettre à nos employés de développer leurs compétences pendant cette période. Notre objectif principal était de veiller au bien-être et à la sécurité de notre équipe tout en maintenant un soutien constant.

Question 8: comment l'hôtel a-t-il affecté par la crise en terme de fréquentation et de taux d'occupation ?

Réponse : La crise du COVID-19 a effectivement eu un impact sur la fréquentation et le taux d'occupation de l'Hôtel Atlantis Akbou. En raison des restrictions de voyage et des mesures de distanciation sociale, nous avons observé une baisse significative du nombre de clients et une diminution du taux d'occupation de nos chambres. Cependant, nous avons mis en place des

Chapitre IV Étude de l'impact de la crise économique du COVID sur l'activité de l'hôtel Atlantis Akbou, Bejaia

mesures pour assurer la sécurité de nos clients et nous espérons voir une reprise progressive de l'activité à mesure que la situation s'améliore. D'ailleurs, nous avons mis en place des stratégies pour attirer les clients locaux et offrir des offres spéciales afin de stimuler la demande.

Question 9 : quelles ont été les principales difficultés auxquelles l'hôtel a dû faire face pendant la crise ?

Réponse : Il y a eu des difficultés pour mettre en place le protocole sanitaire avec les clients. Il a été nécessaire de maintenir une distance de sécurité, d'utiliser du gel désinfectant, de limiter le nombre de personnes par chambre et par table, ainsi que de contrôler la température corporelle à l'arrivée de chaque client. De plus, après la reprise partielle, l'hôtel a dû réduire son personnel de moitié, ce qui a entraîné le repos de l'autre moitié du personnel.

Question 10: comment l'hôtel Atlantis prévoit-il de se positionner dans l'industrie hôtelière post-COVID-19 ?

Réponse : Pour garantir une cohérence dans toutes les procédures de travail et les services offerts, nous avons mis en place une standardisation à travers tous les hôtels de notre groupe. De plus, nous avons renforcé notre présence sur le marché en intensifiant nos efforts de publicité urbaine et numérique, notamment sur les réseaux sociaux.

Conclusion du chapitre

La COVID-19 a impacté l'Hôtel Atlantis à Akbou en changeant la clientèle vers plus de locaux et en adaptant les services pour assurer la sécurité et répondre aux besoins de distanciation sociale. C'est une période de grands ajustements pour l'industrie hôtelière.

Conclusion Générale

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Avant la pandémie de COVID-19, l'hôtel Atlantis Akbou connaissait une période de forte croissance et de développement. Cependant, lorsque la crise sanitaire a frappé, l'hôtel a dû fermer temporairement ses portes, comme de nombreux autres établissements hôteliers. Cette fermeture a eu un impact négatif sur le chiffre d'affaires de l'hôtel. Malgré ces défis, l'hôtel Atlantis Akbou a su faire face à la situation difficile engendrée par la pandémie. Grâce à sa résilience et à sa capacité d'adaptation, l'hôtel a réussi à surmonter cette période de turbulences.

Après la crise du COVID-19, l'hôtel Atlantis Akbou est devenu encore plus performant qu'avant la pandémie. Cette période a permis à l'établissement de se réinventer, d'améliorer ses services et de se positionner comme un acteur majeur du secteur hôtelier dans la région de Bejaïa.

En conclusion, bien que la pandémie de COVID-19 ait représenté un défi de taille pour l'hôtel Atlantis Akbou, l'établissement a su faire preuve de résilience et d'innovation pour non seulement surmonter cette période difficile, mais aussi pour en ressortir renforcé et plus performant que jamais.

La capacité de l'Hôtel Atlantis Akbou à surmonter les défis du COVID-19 et à prospérer après cette période difficile est une illustration remarquable de résilience et d'adaptabilité. La transition d'une fermeture temporaire et d'une baisse de chiffre d'affaires à une situation post-COVID meilleure qu'avant met en lumière la force et la gestion efficace de l'hôtel face à l'adversité. Cette réussite pourrait être un point fort à inclure dans votre mémoire pour illustrer les impacts et les stratégies de récupération de l'industrie hôtelière face à la pandémie.

Malgré les défis posés par la pandémie de COVID-19, l'hôtel Atlantis Akbou a su faire face avec succès en mettant en place des mesures adaptées.

L'impact du COVID sur l'hôtel a été significatif mais grâce à une gestion efficace, l'établissement a pu non seulement s'adapter mais aussi s'améliorer par rapport à sa situation antérieure.

Conclusion Générale

L'impact du COVID sur l'hôtel Atlantis à Akbou a été négatif en termes de réservations, revenus et gestion opérationnelle.

Le COVID a influencé le type de clientèle et les services offerts, nécessitant des ajustements pour répondre aux nouvelles attentes et exigences.

L'hôtel a mis en place des mesures sanitaires strictes pour assurer la sécurité des clients et du personnel.

Malgré les défis, l'hôtel a réussi à augmenter son chiffre d'affaires en s'adaptant efficacement à la situation.

REFERENCES
BIBLIOGRAPHIQUES

Références bibliographiques

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ALGÉRIE PRESSE SERVICE (APS). (2023). Tourisme : présentation des résultats du programme national "Jil-Siyaha" sur la formation et l'insertion des jeunes. Consulté le 14/5/2024 sur <https://www.aps.dz/economie/tag/Minist%C3%A8re%20du%20Tourisme>

Ali Aomar. (2022). SOUTIEN AUX INVESTISSEURS. Consulté sur <https://alger.mta.gov.dz/fr/comment-investir/investissement/>

Amazone. (2024). Qu'est-ce que la technologie Blockchain ? consulté sur <https://aws.amazon.com/fr/what-is/blockchain/?aws-products-all.sort-by=item.additionalFields.productNameLowercase&aws-products-all.sort-order=asc>

Ameziane Meziat (2023). Les défis du secteur touristique en Algérie

Anton Lissorgues. (2020). "Vers un changement de paradigme novateur dans l'Hôtellerie". Juristourisme, numéro 231,

Ayrade. (2022). Innovations et transformations numériques dans le secteur. Consulté sur <https://www.ayrade.com/actualite/la-transformation-numerique-un-futur-determinant-pour-lalgerie/>

Azocar Bertrand. (2022). Hôtellerie post-Covid : capitalisez sur la flexibilité. Consulté sur <https://www.mews.com/fr/blog/hotellerie-post-covid-capitalisez-sur-la-flexibilite>

Banque mondiale. (2020). COVID-19 : les envois de fonds des migrants devraient chuter de 14 % en 2021. Consulté sur <https://www.banquemondiale.org/fr/news/press-release/2020/10/29/covid-19-remittance-flows-to-shrink-14-by-2021>

Barten Martijn, (2024). Secteur Hôtellerie. Consulté le 14/5/2024 sur <https://www.revfine.com/fr/secteur-hotelier/>

Barten Martijn. (2024). Industrie hôtelière : le guide d'information n°1 sur l'hôtellerie !. consulté le 3/5/2024 sur <https://www.revfine.com/fr/hotellerie-industrie/>

Bazin, Sébastien. (2023). Un 1er semestre 2023 positif et prometteur pour le secteur de l'hospitalité. Consulté le 3/5/2024 sur <https://hospitality-on.com/fr/hotellerie/update-un-1er-semestre-2023-positif-et-prometteur-pour-le-secteur-de-lhospitalite>

Références bibliographiques

Benali Arezki. (2021). Impact de la Covid-19 sur le secteur touristique : Entretien avec l'expert international en tourisme Said Boukhelifa. Consultee le 14/5/2024 sur <https://www.algerie-eco.com/2021/03/16/impact-de-la-covid-19-sur-le-secteur-touristique-entretien-avec-lexpert-international-en-tourisme-said-boukhelifa/>

Benelkadi Kamel. (2023). Hôtellerie et tourisme : Enjeux stratégiques et perspectives de développement. Consulte sur <https://elwatan-dz.com/hotellerie-et-tourisme-enjeux-strategiques-et-perspectives-de-developpement>

BENLAKHLEF soheir, MANSOURI rokia. (2017). La contribution des hôtels verts dans l'évolution du tourisme durable. Université de Biskra

Bernadette Plumelle, « Les fermetures d'écoles et leurs effets sur l'apprentissage des élèves », Revue internationale d'éducation de Sèvres, 87 | 2021, 31-37.

Bernard Romane. (2023). Les avantages de la digitalisation dans les hôtels. Consulté le 3/5/2024 sur <https://www.journaldunet.com/mobilites/1519257-les-avantages-de-la-digitalisation-dans-les-hotels/>

Bertrand Motte. (2020). Comment gérer la stratégie de revenus de votre hôtel en période de crise.

Blake. (2020). Les effets de la COVID-19 sur le financement hôtelier. Consulte sur <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=3b92834d-7896-4702-95ea-57f66dd02ddb>

Blasquez Laetitia. La Gestion des Ressources Humaines en temps de crise économique : le cas de MANPOWER dans l'Est de la France. Gestion et management. 2010.

Branche Aline. (2020). Bilan économique 2020 - Bourgogne-Franche-Comté

Caire, Gilles & Le Masne, Pierre. (2007). La mesure des effets économiques du tourisme international sur les pays de destination. Marché et organisations. 3. 63. 10.3917/maorg.003.0063.

Claire. (2020). Les défis et opportunités pour l'industrie hôtelière en 2023 : développement durable, technologie et expérience client de qualité supérieure. Consulté le 5/5/2024 sur <https://hotel-mag.com/les-defis-et-opportunités-pour-lindustrie-hoteliere-en-2023-developpement-durable-technologie-et-experience-client-de-qualite-superieure/>

Références bibliographiques

CRESPE Agathe, et Eric ECHAMPARD. (2024). Qu'est-ce qu'un CHATBOT ? consulte le 3/5/2024 sur <https://www.forceplus.com/qu-est-ce-qu-un-chatbot>

Darras Barquissau, N. & Fontan Sers, C. (2021). Économie collaborative et tourisme : le cas d'un changement stratégique d'un hôtel indépendant français face à l'arrivée de Airbnb. *Question(s) de management*, 32, 85-101. <https://doi.org/10.3917/qdm.212.0085>

Daxueconseil. (2022). Quel impact le confinement de la stratégie Zero-Covid à eu sur l'économie chinoise ? consulte sur <https://daxueconseil.fr/impact-confinement-strategie-zero-covid-economie-chinoise/>

Deloitte. (2024). Les impacts humains de la crise sur le secteur de l'hôtellerie

Demmen-Meyer, C. (2005). Le tourisme : essai de définition. *Management & Avenir*, 3, 7-25. <https://doi.org/10.3917/mav.003.0007>

DENIZON Anthonin. (2024). La sécurité des hôtels: les mesures à prendre. Consulté le 5/5/2024 sur <https://www.access-protection.fr/actualites/importance-de-la-securite-dans-les-hotels/>

Département analyse et prévision, (DAP). (2020). Évaluation de la pandémie de Covid-19 sur l'économie mondiale. *Revue de l'OFCE*, 166, 59-110. <https://doi.org/10.3917/reof.166.0059>

Deya Bhattacharya. (2023). Proposer des services personnalisés grâce aux talents locaux. Consulté le 5/5/2024 sur <https://employeurs.hosco.com/blog/pourquoi-personnaliser-lexp%C3%A9rience-client-avec-des-talents-locaux>

Dictionnaire encyclopédique Larousse. Tome 10.

Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF). (2024). Plateformes de réservation en ligne : prenez le temps de comparer ! consulte sur <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/plateformes-reservation-en-ligne-hotels-et-restaurants>

Dreyfus Joanne. (2019). Tendances du tourisme et de l'hôtellerie 2019. Deloitte. Consultée le 14/5/2024 sur <https://www2.deloitte.fr/formulaire/telechargement/tendances-du-tourisme-et-de-l-hotellerie-2019>

Références bibliographiques

Durant la crise, l'économie régionale tourne au ralenti. Consultez sur <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5405435?sommaire=5017281>

El Azyzy, Youssef & Youssef, & Sabri, Mohamed. (2022). Une étude qualitative de l'impact de la pandémie de COVID-19 sur la conception de l'expérience client : le cas des Hôtels de luxe au Maroc A qualitative study exploring the impact of the COVID-19 pandemic on customer experience design: the case of luxury Hotels in Morocco. French journal Revue Française de Gestion. 3. 530-561. 10.5281/zenodo.6652201.

Emad Alnasser. (2020). Le développement du tourisme et de l'hôtellerie à Dubaï : de nouveaux enjeux pour les managers de l'hôtellerie. Gestion et management. Université Paris-Saclay. Français

Elsca. (2019). HÔTELLERIE : LES DÉFIS MAJEURS DE L'ÈRE ACTUELLE. Consulté le 5/5/2024 sur <https://www.eslca.ma/blog/hotellerie-les-defis-majeurs-de-lere-actuelle>

Fabry Nathalie et Sylvain Zeghni. (2020). L'hôtellerie à l'ère du post-Covid-19 : retour en grâce de l'hôtellerie traditionnelle ? consulté le 5/5/2024 sur https://www.tourmag.com/L-hotellerie-a-l-ere-du-post-Covid-19-retour-en-grace-de-l-hotellerie-traditionnelle%C2%A0_a103372.html

Fastercapital. (2024). Hôtels le guide ultime du commerce de l'hébergement dans l'industrie hôtelière. Consultez sur <https://fastercapital.com/fr/contenu/Hotels---le-guide-ultime-du-commerce-de-l-hebergement-dans-l-industrie-hoteliere.html>

Florence Lafargue-Pautrat. (2021). La COVID-19, accélérateur de tendances dans l'hôtellerie et la restauration. Consultez sur https://www.ey.com/fr_fr/strategy-transactions/la-covid-19-accelerateur-de-tendances-dans-l-hotellerie-et-la-restauration

Fonds Monétaire International (FMI). (2024) Perspectives économiques mondiales consultez sur <https://www.imf.org/fr/Publications/WEO/Issues/2024/04/16/world-economic-outlook-april-2024>

Gacem, et Zougagh. (2022). Effet de la pandémie Covid-19 sur le développement du tourisme local en Algérie. Université Mouloud Mammeri.

Glowprofessional. (2024). L'importance du Nettoyage des Hôtels. Consulté le 5/5/2024 sur <https://glowprofessional.pt/fr/limportance-du-nettoyage-des-hotels/>

Références bibliographiques

Guillaneuf Charles. (2023). Activité hôtelière ou para-hôtelière : quelle éligibilité au régime Dutreil ?

Hassaine, Yasser & Badri, Abdelmadjid. (2021). L'impact De La Pandémie De Covid-19 Sur Les Pme En Algérie. 8. 1408-1421.

HDB. (2024). Les Transformations Majeures Redéfinissant l'Industrie Hôtelière Moderne. Consultee sur <https://blog.hdb-solutions.com/blog/2024/02/27/les-transformations-majeures-redefinissant-lindustrie-hoteliere-moderne/>

Hernborg Axel. (2024). Le Tourisme En Algérie – Plus de 50 Statistiques, Chiffres Et Tendances. Consultee le 14/5/2024 sur <https://www.tripplo.fr/tourisme-en-algerie-statistiques-chiffres-et-tendances>

Himanshu Devshali. (2024). Stratégies de gestion hôtelière pour éviter la crise de 2020 - Meilleurs modèles inclus.

Insee. (2022). Les conséquences de la crise sanitaire de la Covid-19. Impacts économiques, démographiques et sociétaux. Consulte sur <https://www.insee.fr/fr/information/4479280>

ipefix. (2024). TENDANCE HÔTELLERIE : L'HYBRIDATION DES CONCEPTS ET DES PRATIQUES AU CŒUR DE L'OFFRE TOURISTIQUE ACTUELLE. Consulté le 5/5/2024 sur <https://www.ipefix.net/blog/articles/tendance-hotellerie-l-hybridation-des-concepts-et-des-pratiques-au-coeur-de-l-offre-touristique-actuelle-35466>

Isirh. (2021). Comment développer la motivation des salariés en temps de crise ? consulte sur <https://www.isirh.fr/comment-developper-la-motivation-des-salaries-en-temps-de-crise/>

Jones Roberts. (2020). Gestion des opérations et des prévisions d'hôtels en temps de crise mondiale

KHDIMALLAH Meriem. (2022). Tourisme – Marché algérien | Hôtellerie – Taux d'occupation : Mieux que 2021, mais encore loin de 2019. Consulte sur 14/5/2024 sur <https://lapresse.tn/133080/tourisme-marche-algerien-hotellerie-taux-doccupation-mieux-que-2021-mais-encore-loin-de-2019/>

KMG. (2022). l'impact de la crise covid-19 sur l'activité hôtelière.

Références bibliographiques

Kostuch Media. (2021). COVID-19 PRESENTS UNIQUE CHALLENGES FOR HOTEL F&B OPERATIONS. Consulte sur <https://www.hoteliermagazine.com/covid-19-presents-unique-challenges-for-hotel-fb-operations/?cn-reloaded=1>

La banque mondiale (LBM). (2020). La pandémie de COVID-19 plonge l'économie planétaire dans sa pire récession depuis la Seconde Guerre mondiale. Consulte sur <https://www.banquemonde.org/fr/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>

Lafinancepourtous. (2023). Croissance Consulte sur <https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/politiques-economiques/theories-economiques/croissance/>

Lainé Linda. (2023). Hôtellerie/été 2023 : fréquentation en baisse, revenus en hausse. Consultee sur <https://www.lechotouristique.com/article/hotellerie-ete-2023-frequentation-en-baisse-revenus-en-hausse>

Laurence faye. (2016). Communication d'hôtel et ses enjeux : épisode 1. Consulte sur <https://www.tendancehotellerie.fr/articles-brevs/vos-articles/7196-article/communication-d-hotel-et-ses-enjeux-episode-1>

Ledsham Christopher. (2022). Hôtellerie : les chaînes affichent une croissance plus forte que les indépendants. Consultee le 14/5/2024 sur <https://fr.statista.com/infographie/28605/les-chaines-hotelieres-affichent-une-croissance-plus-forte-que-les-etablissements-independants-en-europe/>

Lepietri. (2023). L'intégration des technologies sans contact : le futur de l'hôtellerie ! consulte sur <https://lepietri.com/blog/default-blank-slug/>

Leroux, E. & Ferhane, F. (2017). Développement durable et chaîne hôtelière : le cas d'EDEN GREEN en Algérie. Management & Prospective, 34, 39-51. <https://doi.org/10.3917/g2000.344.0039>

Lesecho. (2022). Le gouvernement renforce les mesures de soutien à l'hôtellerie et la restauration. Consulte sur <https://investir.lesechos.fr/budget/vie-pratique/le-gouvernement-renforce-les-mesures-de-soutien-a-lhotellerie-et-la-restauration-1930227>

LHC. (2021). Covid 19 : son impact sur l'industrie hôtelière à court et moyen terme. Consulte sur <https://luxuryhospitality.consulting/fr/covid-19-impact-industrie-hotelier/>

Références bibliographiques

Lissorgues Anton. (2024). La technologie, une opportunité pour l'Hôtellerie après la crise covid-19. Consulte sur <https://www.mazars.fr/secteurs/consommation/hotellerie-et-loisirs/hotellerie-et-covid-19-opportunite-technologique>

l'UNWTO. (2023). Tourisme International 2019 : Chiffres Clés, tendances et statistiques. Consulte le 14/ 5/2024 sur <https://www.globe-trotting.com/post/tourisme-international-2020#:~:text=Statistiques%20du%20tourisme%202019%20%3A%20Infos,%C3%A0%202018%20a%20d%C3%A9pass%C3%A9%205%25.>

Maire info. (2010). Exonération de taxe de publicité foncière ou de droits d'enregistrement dans les DOM: le décret relatif aux hôtels, résidences de tourisme ou villages de vacances est publié. Consultee sur <https://www.maire-info.com/fiscalite-locale/exoneration-de-taxe-de-publicite-fonciere-ou-de-droits-d%27enregistrement-dans-les-dom-le-decret-relatif-aux-h%C3%B4tels-residences-de-tourisme-ou-villages--article-12428>

Mashayekhi, Bit. (2019). Activity-Based Costing in the Hospitality Industry A Case Study in a Hotel.

Massot, V. & Merasli, S. (2022). Chapitre 3. Résilience des organisations touristiques en période de crise : le rôle majeur du DAF. Dans : Sophie Giordano-Spring éd., Reporting et pilotage des organisations pour une société résiliente: La comptabilité et le contrôle à l'épreuve de la crise Covid (pp. 63-81). Caen: EMS Editions. <https://doi.org/10.3917/ems.giord.2022.01.0063>

Mehenni Ouramdane. (2021). C onfinement des rapatriés en Algérie : Le groupe HTT répond aux critiques. Consultee sur <https://www.algerie-eco.com/2021/06/08/confinement-des-rapatrises-en-algerie-le-groupe-htt-repond-aux-critiques/>

MTA. (2024). Avec plus de trois millions de touristes en 2023, le secteur du Tourisme génère plus de 270 millions de dollars. Consulte sur <https://www.mta.gov.dz/avec-plus-de-trois-millions-de-touristes-en-2023-le-secteur-du-tourisme-genere-plus-de-270-millions-de-dollars/?lang=fr>

Neveu Sébastien. (2024). Définition de la stratégie omnicanale. Stratégie Omnicanale. consulté le 3/5/2024 sur <https://www.wizville.com/ressources/lexique/strategie-omnicanale>

OMT. (2024). 2024 les niveaux d'avant la pandémie. Consulte le <https://www.unwto.org/fr/news/le-tourisme-international-atteindra-en-2024-les-niveaux->

Références bibliographiques

[davant-la-](#)

[pandemie#:~:text=D'apr%C3%A8s%20les%20chiffres%20du,estim%C3%A9%20%C3%A0%201%2C3%20milliard.](#)

ONU Tourisme. (2020). Défi de l'hôtellerie Soutenir les talents de l'hôtellerie de demain.

ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL (OIT). (2010). Forum de dialogue mondial sur les nouveaux développements et défis dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme et leur impact sur l'emploi, la mise en valeur des ressources humaines et les relations professionnelles.

Organisation internationale du Travail (OIT). (2020). COVID-19 et activités d'hébergement et de restauration : Liste de vérifications à effectuer pour le contrôle et la prévention.

Organisation internationale du Travail (OIT). (2022). Le COVID-19 et le relèvement durable du secteur du tourisme. Département des politiques sectorielles. Genève.

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). (2024). - Rapport sur les tendances du tourisme international 2024. Consulte sur <https://www.air-journal.fr/2024-01-20-omt-le-tourisme-mondial-devrait-retrouver-son-niveau-pre-pandemie-en-2024-5253591.html#:~:text=Projections%20pour%202024&text=Ils%20sont%2028%20%25%20e%20environ%20%C3%A0,redressement%20dans%20toute%20l'Asie>.

Ozento. (2022). Les attentes des clients en hôtellerie en 2022. Consulte sur <https://www.ozento.com/97/les-attentes-des-clients-en-2022>

Palierse Christophe. (2021). Hôtellerie : l'activité frémit avant même la haute saison estivale. Consultee le 14/5/2024 sur <https://www.lesechos.fr/industrie-services/tourisme-transport/hotellerie-lactivite-fremit-avant-meme-la-haute-saison-estivale-1329880>

Palierse. (2020). Coronavirus : pas de retour à la normale avant 2022 au mieux dans l'hôtellerie. Consulte sur <https://www.lesechos.fr/industrie-services/tourisme-transport/coronavirus-pas-de-retour-a-la-normale-avant-2022-au-mieux-dans-lhotellerie-1192035>

Pam Tau Lee. (2024). L'hôtellerie et la restauration. Consulte sur <https://www.ilocis.org/fr/documents/ilo098.htm>

Références bibliographiques

Panayotis Vanguélis. (2021). Bilan de l'activité hôtelière en 2020 : après le choc, une convalescence qui dure. Consulté le 5/5/2024 sur <https://hospitality-on.com/fr/tendances/bilan-de-lactivite-hoteliere-en-2020-apres-le-choc-une-convalescence-qui-dure>

Panayotis Vanguélis. (2022). France, bilan de l'activité hôtelière 2019: positif malgré un dernier trimestre en demi teinte. Consulte le 14/5/2024 sur <https://hospitality-on.com/fr/tendances/france-bilan-de-lactivite-hoteliere-2019-positif-malgre-un-dernier-trimestre-en-demi>

Pellegrin Théo. (2023). Gestion des Données Clients en Hôtellerie : Le Secret d'un Service Ultra-Personnalisé ? Consulté le 5/5/2024 sur <https://www.hotel-insiders.com/blog/gestion-des-donnees-clients-en-hotellerie-le-secret-dun-service-ultra-personnalise>

PIERRE Michel. (2023). Histoire de l'Algérie Des origines à nos jours. Consultee sur <https://www.tallandier.com/livre/histoire-de-lalgerie/>

RACINE, AMÉLIE. (2021). REVOIR SON MODÈLE D'AFFAIRES POUR MIEUX S'ADAPTER. Consulté le 3/5/2024 sur <https://veilletourisme.ca/2021/03/09/revoir-modele-affaires-sadapter/>

RAMDANE Abdelmadjid. (2020). L'impact du coronavirus sur le tourisme international. The impact of the coronavirus on international tourism.

Revfine. (2024). Gestion hôtelière : tout ce que vous devez savoir sur la gestion d'un hôtel. Consulte sur <https://www.revfine.com/fr/gestion-de-lhotel/>

Rousseau Théophile. (2023). Étude de marché des hôtels : chiffres et éléments. Consulte sur <https://propulsebyca.fr/idees-business/hotellerie/marche-hotellerie>

Santos, Mário & Magano, José & Mota, Jorge. (2022). The Impact of COVID-19 Pandemic on the Hotel Industry Economic Performance: Evidence from Portugal. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.4256973.

Screwvala, Ronnie. (2024). Tendances du secteur hôtelier impact sur les taux d'occupation. consulté le 3/5/2024 sur <https://fastercapital.com/fr/contenu/Tendances-du-secteur-hotelier---impact-sur-les-taux-d-occupation.html>

Références bibliographiques

Servicenow. (2024). Qu'est-ce que la gestion des risques de la chaîne d'approvisionnement ? consulté le 5/5/2024 sur <https://www.servicenow.com/fr/products/risk-management/what-is-supply-chain-risk.html>

SHERI KIMES. (2020). hôtel-crise-coronavirus-conseils.

Sherri Kimes. (2022). Food and beverage revenue management with Dr Sherri Kimes. Consulté le 3/5/2024 sur <https://insights.ehotelier.com/podcasts/2022/05/13/food-and-beverage-revenue-management-with-dr-sherri-kimes/>

Simex. (2017). 9 Conseils pour améliorer l'expérience client dans les hôtels. Consulté le 3/5/2024 sur <https://simex.es/fr/9-conseils-pour-ameliorer-lexperience-client-dans-les-hotels/>

Steinemann Myriam, Judith Reutimann, Thomas von Stokar, Sandra Schürmann. (2014). Le développement durable dans l'hôtellerie. hotelleriesuisse, Berne.

Talbi Abdelghani. (2023). Ahmed Tiriaki, (Directeur)«On a augmenté notre taux d'occupation de plus de 3 points ». consultee sur <https://tourismetvoyages.dz/ahmed-tiriaki-directeur-on-a-augmente-notre-taux-d-occupation-de-plus-de-3-points/>

TH. (2022). Le Wifi, une technologie de référence pour suivre les nouvelles tendances de l'hôtellerie. Consulté le 3/5/2024 sur <https://www.tendancehotellerie.fr/articles-breves/publireportages/16735-article/le-wifi-une-technologie-de-reference-pour-suivre-les-nouvelles-tendances-de-l-hotellerie>

Thévenet, M. (2009). Crise et GRH. *Revue française de gestion*, 193, 37-41. <https://www.cairn.info/revue--2009-3-page-37.htm>.

Tinext. (2020). L'impact du COVID-19 sur le secteur du tourisme consulte sur <https://www.tinext.com/fr/insights/insights/2020/impact-du-covid-19-sur-le-secteur-du-tourisme>

Tourette-Turgis, C. & Chollier, M. (2020). L'impact psychosocial du (dé)confinement : repenser l'accompagnement de la population générale en période de crise. *Psychotropes*, 26, 191-207. <https://doi.org/10.3917/psyt.262.0191>

TTG. (2021). CBRE analysis: The hotel market is being severely tested by the pandemic. What are his prospects? Consultee le 14/5/2024 sur <https://www.ttg.cz/analyza-cbre-hotelovy-trh-je-tezce-zkousen-pandemii-jake-jsou-jeho-vyhličky/2021/03/>

Références bibliographiques

Visseyrias Mathilde. (2024), Le tourisme mondial devrait retrouver son niveau pré-pandémie en 2024. Consulté le 14/5/2024 sur <https://www.lefigaro.fr/conjoncture/tourisme-le-secteur-devrait-retrouver-son-niveau-pre-pandemie-en-2024-20240119>

Watkins Mark (2014). Enquête économique sur la petite hôtellerie française Une étude inédite et originale, produite par le Comité pour la Modernisation de l'Hôtellerie Française.

Younsi Yanis (2022). Tourisme : Les capacités nationales d'accueil des hôtels atteindront les 140.000 lits cet été. Consulte sur <https://lapatrienews.dz/tourisme-les-capacites-nationales-daccueil-des-hotels-atteindront-les-140-000-lits-cet-ete/>

Annexe

FICHE TECHNIQUE HOTEL ATLANTIS AKBOU

NOM DE L'HOTEL	HOTEL ATLANTIS AKBOU
RAISON SOCIAL	SARL HOTELS ATLANTIS ALGERIE
RCN	12B0187404
ARTICLE	06252201914
NIF	001206018740465
NIS	001206250012174
ADRESSE	RN N° 26 AZAGHAR AKBOU
VILLE	AKBOU 06001
WILAYA	BEJAIA
PAYS	ALGERIE
TEL	00/213 770 757 519//00 213 661 602 602 00/213 560 238 797//00 213 34 18 78 27 00/213 34 36 02 02 // 00 213 34 36 00 01
FAX	00/213 34 36 00 04

SITE WEB	www.hotelatlantis-dz.com
E-mail:	Reception@atlantishotel-akbou.com.dz

CLASSEMENT	4*
NOMBRES DE CHAMBRES	47

CATEGORIE DE CHAMBRES	NOMBRES
SINGLE/DOUBLE	30
TWIN	4
TRIPLE	6
SUITE JUNIOR	4
SUITE SENIOR	3

SERVICES	
SERVICES	
Restaurant + Terrasse	1
Cafeteria + terrasse	1
Salle de conference	1
Salle polyvalente	1
SPA	1
Salon VIP	1
Parking	2
patio	1

ANTENNE / parabole	3
ASCENSEUR CLIENT	2
REFECTOIRE POUR LE PERSONNEL	1
VESTIAIRE POUR LE PERSONNEL	3

EFFECTIF	56
-----------------	-----------

TECHNIQUE	
climatisation centralisée	oui
TGBT	tri 380
Groupe electrogène	500kva
Transfo	630
chaudière générateur	5000 l/ heure
traitement d'eau	adoucisseur

SERVICE	CAPACITE
Restaurant	80
Salle polyvalente	800
Cafétéria	80
Salle de conférence	120

Annexe n1 fiche technique de l'hotel atlantis akbou



Annexe 2 : carte de fidelité avant covid



TARIFS CENTRE DE REMISE EN FORME ATLANTIS

PROMOTION

SPA

- ABONNEMENT GYM & PISCINE 9600dA. / MOIS (02 FOIS / SEMAINE).
- ABONNEMENT PISCINE 6400dA. / MOIS (02 FOIS / SEMAINE).
- ACCES HAMMAM, SAUNA & JACUZZI 1500dA.
- ACCES HAMMAM, SAUNA, JACUZZI & PISCINE 2000dA.



• **PACK ATLANTIS ROYAL HOMMES 4800dA:**
(COIFFURE, GYM, PISCINE, SAUNA, JACUZZI, HAMMAM
SEC & VAPEUR AVEC MASSAGE RELAXANT).

• **PACK SOINS ATLANTIS FEMMES 4800dA:**

AU CHOIX:

- NETTOYAGE DE PEAU + VERNIS PERMANENT + MASSAGE RELAXANT.
- POSE CAPSULE + EPILATION VISAGE AVEC CIRE CHAUDE & MASSAGE RELAXANT.
- SOIN PEDICURE + EPILATION BRAS + BRUSHING + PISCINE.
- EPILATION JAMBES COMPLET + EPILATION VISAGE + VERNIS PERMANENT + EPILATION AISSELLES & PISCINE.

☎ 0770 89 60 56 / 0661 60 26 02
✉ ort@atlantishotel-akbou.com.dz
☎ R.N*26-AZAGHAR AKBOU - 06001
BEJAIA, ALGERIE

Annexe n3. Tarifs centre de remise en forme



Tarifs Centre de Remise en Forme ATLANTIS

Abonnement SPA 12000da / Mois (3 fois / Semaine)

Journée Découverte SPA 3000da



Chez ATLANTIS hôtel, vous retrouverez un véritable plaisir de détente absolue et à pratiquer des activités sportives de votre choix en alliant effort et plaisir juste au coin de la rue.

- Cardio
- Fitness
- Prise de masse
- Perte de poids
- Coaching personnel
- Piscine
- Remise en forme
- Bain de Boue & Esthétique

Abonnement salle de gym Entreprises

1 3000 da/mois (02 fois/semaine 08 séances/mois) Formule

2 4000 da/mois (03 fois/semaine 12 séances/mois) Formule

3 5000 da/mois pour 55 séances Ouvertes Formule

Abonnement salle de gym Particuliers

1 3000 da/mois (02 fois/semaine 08 séances/mois) Formule

2 4000 da/mois (03 fois/semaine 12 séances/mois) Formule

Journée découverte Salle de gym 600 da

Gommages & Massages:

GOMMAGES: (Hammam vapeur offert)

- Gommage sans produits: 1000 da
- Gommage au savon noir: 1500 da
- Gommage au savon noir et argile verte: 2500 da (Petit massage bonus)

MASSAGES RELAXANT:

- FORMULE 1 Demi massage, partie au choix (huile d'amande douce): 2000 da
- FORMULE 2 Massage complet (huile d'amande douce): 4000 da
- Massage gold (Huile d'argan)
- FORMULE 1: 3500 da
- FORMULE 2: 5500 da

Tel: 0770 89 60 55 / 0661 60 26 02 Email: crt@atlantishotel-akbou.com.dz
Adresse: R.N 26 AZAGHAR/AKBOU - 06001 BEJAIA, ALGERIE

Annexe n3. Tarifs centre de remise en forme

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA -BEJAIA-
FACULTE DES SCIENCE ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET
DES SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION



Guide d'entretien

Ce guide d'entretien est réalisé dans le cadre de la rédaction du mémoire de fin d'étude, et ce en vue de l'obtention du diplôme de master, spécialité Management des Etablissements Hôteliers.

Notre objectif est de voir l'impact du COVID-19 sur l'hôtel Atlantis AKBOU

Les questions :

Question n°1 : Pourriez-vous vous présenter ?

Question n°2 : Quelle catégorie de clients chercher-vous à attirer ?

Question n°3 : quels sont les différentes prestations que propose l'hôtel ?

Question n°4 : comment l'hôtel a-t-il adapté ses services et installations en réponse à la crise ?

Question n°5 : quels nouveaux services l'hôtel a-t-il ajoutés pour répondre aux besoins des clients après Covid ? est-ce que l'hôtel a mis en place des offres spéciales pour attirer de nouveaux clients ?

Question n°6 : quelles sont les tendances ou les changements observés dans le comportement des clients depuis le début de la crise du covid-19 ?

Question n°7 : comment l'hôtel a-t-il soutenu ses employés pendant cette période difficile ?

Question n°8: comment l'hôtel a-t-il affecté par la crise en terme de fréquentation et de taux d'occupation ?

Question n°9 : quelles ont été les principales difficultés auxquelles l'hôtel a dû faire face pendant la crise ?

Question n°10: comment l'hôtel Atlantis prévoit-il de se positionner dans l'industrie hôtelière post-COVID-19 ?

TABLE DES MATIÈRES

Table des matières

DEDICACE

REMERCIEMENTS

LISTE DES ABRÉVIATIONS

LISTE DES FIGURES

INTRODUCTION 1

CHAPITRE I : ÉTAT DES LIEUX DE L'ACTIVITE HOTELIERE PENDANT COVID-19 6

SECTION 01 : L'ÉVOLUTION DE L'ACTIVITE HOTELIERE PRE-PANDEMIE..... 7

1.1.	NOTION ET DEFINITIONS	7
1.1.1	<i>Le tourisme :</i>	7
1.1.2	<i>L'activité hôtelière :</i>	8
1.1.3	<i>Hébergement :</i>	8
1.1.4	<i>Restauration</i>	8
1.1.5	<i>Réception</i>	9
1.1.6	<i>Administration</i>	9
1.1.7	<i>Autres services</i>	9
1.2	LA SITUATION AVANT LA COVID-19.....	9
1.3	LES FACTEURS DE CROISSANCE DE L'ACTIVITE HOTELIERE	11
1.3.1.	<i>Croissance économique mondiale</i>	11
1.3.2.	<i>Essor du tourisme international:</i>	11
1.3.3.	<i>Changement des modes de vie:</i>	11
1.3.4.	<i>Essor des plateformes de réservation en ligne:</i>	11
1.3.5.	<i>Développement du tourisme d'affaires:</i>	11
1.3.6.	<i>Investissements dans le secteur hôtelier:</i>	12
1.3.7.	<i>Développements technologiques :</i>	12
1.3.8.	<i>Facteurs géopolitiques</i>	12
1.4	LES CONTRAINTES ET DEFIS RENCONTRES	13
1.4.1.	<i>Pénurie de main-d'œuvre:</i>	13
1.4.2.	<i>Hausse des coûts:</i>	13
1.4.3.	<i>Concurrence accrue:</i>	13
1.4.4.	<i>Évolution des attentes des clients :</i>	13
1.4.5.	<i>Réglementation</i>	13
1.4.6.	IMPACT ENVIRONNEMENTAL :	13
1.4.7.	RISQUES ECONOMIQUES:	13

SECTION 2 : L'ACTIVITE HOTELIERE PENDANT LA COVID-19 14

2.1.	L'IMPACT DE LA CRISE COVID-19 SUR L'ACTIVITE HOTELIERE.....	14
2.1.1.	<i>L'impact humain de l'activité hoteliere</i>	14
2.1.2.	<i>L'impact économique de l'activité hoteliere</i>	16
2.1.3.	<i>L'impact social de l'activité hoteliere</i>	19
2.1.4.	<i>L'impact démographique de l'activité hoteliere</i>	20
2.1.5.	<i>Impact du gel aérien et portuaire pendant la crise du COVID-19 sur l'activité hôtelière</i>	22
2.1.6.	<i>Impact psychologique de l'activité hoteliere:</i>	22
2.2.	LES CONSEQUENCES DU COVID-19 SUR L'ACTIVITE HOTELIERE	22

2.2.1.	<i>Chute de la fréquentation :</i>	23
2.2.2.	<i>Baisse du chiffre d'affaires:</i>	23
2.2.3.	<i>Adaptation aux nouvelles exigences:</i>	23
2.2.4.	<i>Développement du tourisme local :</i>	23
2.2.5.	<i>Accélération de la digitalisation :</i>	23
2.2.6.	<i>Incertitudes sur l'avenir :</i>	24
2.2.7.	<i>Nouvelles exigences et défis :</i>	24
2.3.	LES CONSEQUENCES DU COVID-19 SUR LA PERFORMANCE FINANCIERE DE L'HOTEL	24
2.3.1.	<i>Diminution du chiffre d'affaires et des revenus :</i>	24
2.3.2.	<i>Augmentation des charges et des coûts :</i>	25
2.3.3.	<i>Dégradation de la rentabilité et des résultats financiers</i>	25
2.3.4.	<i>Perspectives d'avenir incertaines :</i>	25
2.4.	LES DEFIS RENCONTRES PAR LES HOTELS PENDANT COVID.	25
2.4.1.	<i>Baisse significative de l'occupation et des revenus.</i>	26
2.4.2.	<i>Problèmes de rentabilité.</i>	26
2.4.3.	<i>Impact sur la restauration</i>	26
2.4.4.	<i>Besoin d'adaptation et de résilience.</i>	26
2.5.	GESTION DES RESSOURCES HUMAINES ET DES COÛTS EN PERIODE DE CRISE.	26
2.5.1.	<i>Anticiper et réagir rapidement:</i>	26
2.5.2.	<i>Maintenir la motivation et l'engagement des salariés:</i>	27
2.5.3.	<i>Optimiser les coûts et préserver la trésorerie:</i>	27
2.5.4.	<i>Se préparer à la sortie de crise:</i>	27
2.6.	LES MESURES SANITAIRES MISES EN PLACE DANS LES ETABLISSEMENTS HOTELIERS	28
2.6.1.	<i>Nettoyage et désinfection:</i>	28
2.6.2.	<i>Distanciation sociale:</i>	28
2.6.3.	<i>Port du masque:</i>	28
2.6.4.	<i>Communication</i>	29
2.6.5.	<i>Technologies sans contact :</i>	29
2.6.6.	<i>Flexibilité des politiques d'annulation :</i>	29
2.6.7.	<i>Certification sanitaire</i>	29
2.7.	LES STRATEGIES DE SURVIE DES HOTELS PENDANT LA CRISE.	29
	CONCLUSION DU CHAPITRE	30
CHAPITRE II : LE SECTEUR DE L'HOTELLERIE APRES LA COVID-19		33
INTRODUCTION :		33
SECTION 1 : LES STRATEGIES EMPLOYEES PAR LES HOTELS FACE A LA CRISE		34
1.1.	LES CHIFFRES CLES DU SECTEUR HOTELIER APRES COVID-19 : OCCUPATION ET PERFORMANCES.	34
1.2.	LA DIVERSIFICATION DE L'OFFRE	34
1.2.1.	<i>Diversification des Services.</i>	35
1.2.2.	<i>Ciblage de nouveaux segments de clientèle</i>	35
1.2.3.	<i>Développement du tourisme local et de proximité.</i>	35
1.2.4.	<i>Investissement dans les technologies numériques</i>	35
1.3.	LES PRINCIPALES STRATEGIES	36
1.4.	LA DIGITALISATION ACCRUE DE L'ACTIVITE HOTELIERE	36
1.4.1.	<i>Montée en puissance des plateformes de réservation en ligne.</i>	37
1.4.2.	<i>Développement des solutions de self-service.</i>	37
1.4.3.	<i>Personnalisation et interactions omnicanales.</i>	37
1.4.4.	<i>Importance accrue de la sécurité sanitaire</i>	37
1.4.5.	<i>Essor de l'intelligence artificielle.</i>	37
1.5.	L'HOTELLERIE AVANT ET APRES COVID 19 DANS LE MONDE:	37
1.5.1.	<i>Avant Covid :</i>	37
1.5.2.	<i>Après COVID-19 :</i>	40

1.6.	AMELIORATION DE L'EXPERIENCE CLIENT	41
1.7.	OPTIMISATION DES DEPENSES ET REDUCTION DES COUTS.....	42
SECTION 2 : LES PERSPECTIVES D'AVENIR POUR L'INDUSTRIE HOTELIERE		44
2.1.	L'IMPORTANCE DE L'INNOVATION ET DE L'ADAPTATION AUX NOUVELLES EXIGENCES DES CLIENTS	44
2.1.1.	<i>Priorité à la propreté et à l'hygiène:</i>	44
2.1.2.	<i>Flexibilité et personnalisation :</i>	44
2.1.3.	<i>Technologie et innovation :</i>	45
2.1.4.	<i>Expériences locales et authentiques :</i>	45
2.2.	LES DEFIS ET LES OPPORTUNITES DE DEVELOPPEMENT DURABLE DANS LE SECTEUR.....	45
2.2.1.	<i>Défis du développement durable :</i>	45
2.2.2.	<i>Opportunités pour le développement durable :</i>	46
2.3.	LA GESTION DES DONNEES ET DE LA CONFIDENTIALITE DANS L'IH	47
2.4.	LES NOUVELLES FORMES DE CONCURRENCES : DE NOUVEAUX ACTEURS SUR LE MARCHE.....	47
2.4.1.	<i>Airbnb et les plateformes d'économie collaborative :</i>	47
2.4.2.	<i>Les "hôtels capsules" et les micro-hôtels:</i>	48
2.4.3.	<i>Les hôtels "hybrides":</i>	49
2.4.4.	<i>Les "glampings":</i>	49
2.4.5.	<i>Les "hôtels durables":</i>	50
2.5.	DEFIS ET OPPORTUNITES QUI FAÇONNERONT L'AVENIR DE L'IH.....	51
2.5.1.	<i>Les défis (Elsca, 2019) :</i>	51
2.5.2.	<i>Les Opportunités</i>	51
2.6.	L'HOTELLERIE FACE AUX ENJEUX DE DEVELOPPEMENT DURABLE	51
2.6.1.	<i>Enjeux du développement durable dans l'hôtellerie :</i>	51
CONCLUSION DU CHAPITRE.....		53
CHAPITRE III : L'ACTIVITE HOTELIERE EN ALGERIE		55
INTRODUCTION		55
SECTION 1 : CHIFFRES CLES DU SECTEUR DE L'HOTELLERIE AVANT LA COVID-19		56
1.1.	L'ESSOR DU TOURISME EN ALGERIE : LES CHIFFRES CLES DE L'INDUSTRIE HOTELIERE	56
1.2.	LE DEVELOPPEMENT DU TOURISME EN ALGERIE ET SON IMPACT SUR L'HOTELLERIE	59
1.2.1.	<i>Impact économique:</i>	59
1.2.2.	<i>Impact social:</i>	60
1.2.3.	<i>Impact environnemental:</i>	60
1.3.	OBSTACLES ET ENJEUX DU SECTEUR HOTELIER EN ALGERIE	60
SECTION 2 : L'ADAPTATION DU SECTEUR HOTELIER PENDANT LA CRISE COVID-19.....		61
2.1.	IMPACT INITIAL DE LA CRISE SUR LES HOTELS EN ALGERIE.....	61
2.1.1.	<i>Fermeture des frontières et restrictions de voyage:</i>	62
2.1.2.	<i>Annulation de réservations et baisse de la demande :</i>	63
2.1.3.	<i>Chute du chiffre d'affaires et des profits:</i>	63
2.1.4.	<i>Perte d'emplois:</i>	63
2.1.5.	<i>Mesures gouvernementales de soutien:</i>	63
2.1.6.	<i>Impact sur l'image du tourisme algérien :</i>	63
2.2.	DEFIS RENCONTRES PAR LES HOTELS ALGERIENS PENDANT LA PANDEMIE	64
2.2.1.	<i>Chute du nombre de touristes :</i>	64
2.2.2.	<i>Confinement restriction de déplacement :</i>	64
2.2.3.	<i>Difficultés d'approvisionnement et augmentation des coûts:</i>	64
2.2.4.	<i>Manque de personnel qualifié:</i>	64
2.2.5.	<i>Respect des mesures sanitaires:</i>	65
2.3.	MESURES PRISES PAR LE GOUVERNEMENT POUR SOUTENIR LE SECTEUR HOTELIER	65
2.3.1.	<i>Exonérations fiscales et sociales:</i>	65

2.3.2. Aide financière:.....	65
2.3.3. Mesures de soutien à l'emploi:.....	65
2.3.4. Mesures de promotion du tourisme:.....	66
2.3.5. Mesures sanitaires:.....	66
2.4. ADAPTATION DES SERVICES DANS L'INDUSTRIE HOTELIERE.....	66
2.5. ANALYSE DE L'INDUSTRIE HOTELIERE EN ALGERIE PENDANT LA COVID-19.....	66
SECTION 3 : LE SECTEUR HOTELIER POST-COVID-19.....	69
3.1. ANALYSE DE DONNEE DE L'ACTIVITE HOTELIERE EN ALGERIE.....	69
3.2. INNOVATIONS ET TRANSFORMATIONS NUMERIQUES DANS LE SECTEUR.....	70
3.2.1. L'évolution des attentes des clients:.....	71
3.2.2. L'émergence de nouvelles technologies :.....	71
3.3. LES PERSPECTIVES D'AVENIR POUR LE SECTEUR HOTELIER EN ALGERIE APRES LA PANDEMIE.....	72
3.3.1. Adaptation aux nouvelles normes sanitaires :.....	72
3.3.2. Développement de l'écotourisme :.....	73
3.3.3. Partenariats et collaborations :.....	73
CONCLUSION DU CHAPITRE.....	74
CHAPITRE IV : ETUDE DE L'IMPACT DE LA CRISE ECONOMIQUE DU COVID SUR L'ACTIVITE DE L'HOTEL ATLANTIS AKBOU, BEJAIA.....	76
INTRODUCTION.....	76
1.1. APERÇU HISTORIQUE DE L'HOTEL ATLANTIS.....	77
1.2. LOCALISATION GEOGRAPHIQUES DE L'HOTEL ATLANTIS.....	78
1.3. LES DIFFERENTS SERVICES DE L'HOTEL ATLANTIS.....	78
1.3.1. La restauration :.....	79
1.3.2. 1er étage :.....	80
1.3.3. Les autres espaces de l'hôtel Atlantis.....	81
1.3.4. Extérieur :.....	84
2. L'ORGANISATION FONCTIONNELLE ET ADMINISTRATIVE DE L'HOTEL.....	85
2.1. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE L'ENTREPRISE.....	85
2.2. PRESENTATION DE L'ORGANIGRAMME DE L'HOTEL ATLANTIS AKBOU.....	85
2.3. ROLES ET MISSIONS DES DEPARTEMENTS DE L'HOTEL ATLANTIS.....	87
SECTION 02 : L'IMPACT DU COVID-19 SUR L'ACTIVITE DE L'HOTEL ATLANTIS AKBOU.....	90
2.1. L'ACTIVITE DE L'HOTEL ATLANTIS AKBOU AVANT COVID-19.....	91
2.1.1. La clientèle de l'hôtel Atlantis Akbou.....	91
2.2. L'ACTIVITE DE L'HOTEL ATLANTIS AKBOU PENDANT COVID-19.....	92
2.3. L'ACTIVITE DE L'HOTEL ATLANTIS AKBOU APRES COVID-19.....	93
2.3.1. La clientèle de l'hôtel après COVID-19.....	94
SECTION 03: L'IMPACT DU COVID SUR LA RENTABILITE DE L'HOTEL ATLANTIS AKBOU.....	95
L'IMPACT DE LA COVID-19 SUR LA RENTABILITE DE L'HOTEL ATLANTIS.....	95
3.1. IMPACT SUR L'HEBERGEMENT ET LE TAUX D'OCCUPATION DES CHAMBRES.....	95
3.2. IMPACT SUR LA MASSE SALARIALE.....	97
3.3. IMPACT SUR LE CA GLOBAL.....	98
3.4. ANALYSE DES DONNEES ET L'INTERPRETATION DES RESULTATS.....	99
CONCLUSION ET PERSPECTIVES.....	104
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	
ANNEXE	

Résumé

L'impact de la crise de la COVID-19 sur l'activité des hôtels a été profond et généralisé. Les mesures de confinement et les restrictions de voyage ont entraîné une baisse significative de la fréquentation hôtelière, affectant les revenus et la rentabilité des établissements. Les hôtels ont dû s'adapter rapidement en mettant en place des protocoles sanitaires stricts, en réduisant les capacités d'accueil et en repensant leurs services pour répondre aux nouvelles normes de sécurité. Malgré ces défis, de nombreux hôtels ont fait preuve de résilience et d'innovation pour maintenir une expérience client de qualité tout en assurant la sécurité de tous.

L'Hôtel Atlantis Akbou a été significativement affecté par la crise de la COVID-19, obligeant l'établissement à mettre en place des protocoles stricts pour assurer la sécurité et le bien-être de ses clients et de son personnel. Malgré les défis rencontrés, l'hôtel a su s'adapter en mettant en place des mesures sanitaires renforcées, telles que la désinfection régulière des espaces communs, la distanciation sociale et le port du masque obligatoire. Grâce à ces efforts, l'Hôtel Atlantis Akbou a pu offrir à ses clients un environnement sûr et rassurant, démontrant ainsi sa capacité à surmonter les difficultés engendrées par la pandémie et à maintenir la qualité de son service.

Abstract

The impact of the COVID-19 crisis on the hotel industry has been profound and widespread. Lockdown measures and travel restrictions have led to a significant decrease in hotel occupancy, affecting the revenues and profitability of establishments. Hotels had to quickly adapt by implementing strict health protocols, reducing capacity, and rethinking their services to meet new safety standards. Despite these challenges, many hotels have shown resilience and innovation to maintain a quality customer experience while ensuring the safety of all.

The Atlantis Hotel in Akbou has been significantly affected by the COVID-19 crisis, requiring the establishment to implement strict protocols to ensure the safety and well-being of its guests and staff. Despite the challenges faced, the hotel has managed to adapt by implementing enhanced health measures such as regular disinfection of common areas, social distancing, and mandatory mask-wearing. Thanks to these efforts, the Atlantis Hotel Akbou has been able to provide its guests with a safe and reassuring environment, demonstrating its ability to overcome the difficulties brought about by the pandemic and maintain the quality of its service.

المخلص

تأثر فندق أتلانتيس أقبو بشكل كبير بأزمة فيروس كورونا، مما اضطر المنشأة إلى وضع بروتوكولات صارمة لضمان سلامة وراحة زبائننا وموظفيها. وعلى الرغم من التحديات التي واجهتها، نجح الفندق في التكيف من خلال تنفيذ إجراءات صحية مشددة، مثل تعقيم المساحات المشتركة بانتظام، والحفاظ على التباعد الاجتماعي، وجعل ارتداء الكمامات إلزامياً. بفضل هذه الجهود، نجح فندق أتلانتيس أقبو في توفير بيئة آمنة ومطمئنة لزبائنه، مما يظهر قدرته على التغلب على التحديات التي خلفتها الجائحة والحفاظ على جودة خدمته.