

LANCEMENT DU PLAN QUALITÉ POUR LE TOURISME ALGÉRIEN !

Bientôt, les clients auront un repère et une garantie de qualité, le panonceau «Quality Tourism» !

La mise à niveau des services dans les filières du tourisme national est engagée. Professionnels et ministère en charge du tourisme travaillent désormais main dans la main dans cette direction. Cette action procède, en effet, d'un engagement volontaire et solidaire entre l'administration en charge du tourisme et les professionnels du secteur. Cet effort national pour professionnaliser les services au client s'inscrit dans une véritable stratégie nationale pour le développement du tourisme algérien à l'horizon 2030, stratégie inscrite dans le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT). Elle traduit la volonté de l'État et celle des professionnels du secteur de professionnaliser la qualité des services rendus au client afin de hisser le pays au rang de destination d'excellence dans la région euro- méditerranéenne et d'en faire un pays récepteur. Pour mémoire, cette stratégie s'articule autour de cinq dynamiques complémentaires : Le Plan Destination Algérie; les sept Pôles Touristiques d'Excellence; le Plan Qualité Tourisme Algérie; le Plan Partenariat Public-Privé et le Plan de financement du secteur.



Le Plan Qualité Tourisme Algérie s'appuie, outre la mise à niveau des ressources humaines et la modernisation des infrastructures et des équipements, sur la mise en place d'une marque spécifique qui distingue et garantit, pour les clients, les établissements engagés dans cette démarche. C'est la marque « Qualité Tourisme Algérie ».

QU'EST-CE QUE LA MARQUE «QUALITÉ TOURISME ALGERIE» ?

La marque «QUALITÉ TOURISME ALGERIE» va au-delà de la notion de classement des établissements touristiques. Elle atteste d'une manière visible que l'établissement s'est engagé dans une démarche volontaire de la qualité.

- C'est un gage de confiance et de garantie pour les clients ;
- C'est un label valorisant attribué à l'établissement engagé volontairement dans cette démarche qui privilégie la satisfaction du client ;
- C'est une marque transversale qui, à terme, concerne l'ensemble de l'offre touristique algérienne. A ce jour, la marque est accessible aux filières suivantes : Hôtellerie, Restauration, Agence de Tourisme et de Voyages.

La marque est physiquement matérialisée par un panonceau «QUALITY TOURISM» apposé à l'entrée des établissements certifiés. Elle est visible sur le web et sur toutes les publications et campagnes promotionnelles du secteur.

Désormais, dans les trois filières pionnières, Hôtellerie, Restauration, Agences de tourisme et de voyage, il y aura les établissements dotés de la marque «Qualité Tourisme Algérie» et les autres. Désormais, le client pourra reconnaître et faire confiance aux établissements affichant le panonceau «QUALITY TOURISM».

Contact presse : Akila Abbas, chargée du Plan Qualité Tourisme

Tél : +213 21 71 49 64 / +213 21 71 45 45 / Fax: +213 21 71 34 34 - Email: pqta@qualitetourisme.dz



Avec l'appui de
l'Union Européenne

LE PLAN DE COMMUNICATION DÉDIÉ À LA MARQUE « QUALITÉ TOURISME ALGÉRIE »

Le Plan de Communication dédié au plan « Qualité Tourisme Algérie » et à la marque a été élaboré, après une phase d'écoute et de diagnostic, dans le cadre du programme DIVECO 1 (Diversification de l'Economie Algérienne) financé par l'Union Européenne. Il vise autant à informer sur le Plan Qualité Tourisme Algérie (PQTA), à rendre visible la marque « Qualité Tourisme Algérie » qu'à sensibiliser et faire adhérer les professionnels et contribuer à changer les mentalités et à faire adopter de nouvelles pratiques. Côté grand public, il tend à réinstaurer le lien de confiance entre les clients et les opérateurs nationaux du secteur.

Après validation par le Ministère en charge du tourisme, la production des supports écrits, électroniques et audiovisuels prévus par le plan de communication a été confiée à des experts internationaux spécialistes de la communication « destination touristique ».



SES PUBLICS CIBLES

- Les professionnels du tourisme,
- Le grand public algérien,
- Les clients étrangers.

SES OBJECTIFS

Il vise notamment cinq objectifs :

Vers le Public professionnel :

- 1- Sensibiliser et susciter l'adhésion des professionnels à la démarche de qualité,
- 2- Susciter l'adhésion des professionnels non-adhérents,
- 3- Développer une culture commune de la qualité et maintenir la volonté d'adhésion des professionnels.

Vers le Grand public :

- 4- Informer les clientèles nationales,
- 5- Informer les clientèles étrangères.

SES MOYENS, SUPPORTS, RELAIS ET CIRCUITS

Identité visuelle : Un logo, un panonceau et une charte graphique pour la marque QTA.

Hors médias : événementiels, séminaires et rencontres destinés aux professionnels, contacts B2B, formations et mise à niveau des ressources humaines.

Médias : Relations presse, insertions presse, presse spécialisée.

Affichage : Affiches, flyers, Kakémonos.

Audiovisuel : Documentaire institutionnel, spots radio (éventuellement spots TV), émissions radio et dossiers spécialisés.

- Internet :** Site spécifique de la Qualité, site du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat.
- Supports didactiques :** Tout savoir sur la qualité, Guide et Vadémecum de la Qualité, cinq programmes pédagogiques, mini série web.
- Relais :** Fédérations et associations professionnelles du secteur, Directions régionales du tourisme, Offices locaux du tourisme, Ministères, Wilayas et Collectivités locales.

SES PHASES

- Phase 1 :** Sensibiliser et faire adhérer les professionnels du tourisme au Plan qualité Tourisme Algérie (Les filières Hôtellerie, Restauration et Agences de Tourisme et de Voyages sont ciblées en priorité).
- Phase 2 :** Informer le grand public algérien et international de l'existence de la Marque Qualité Tourisme Algérie, véritable repère qui leur garantit un service de qualité auprès des établissements qui arborent le panonceau de la marque.

SA DATE DE LANCEMENT

A l'occasion d'un événement touristique majeur (communiqué ultérieurement).



Contact presse : Akila Abbas, chargée du Plan Qualité Tourisme
 Tél : +213 21 71 49 64 / +213 21 71 45 45 / Fax: +213 21 71 34 34 - Email: pqta@qualitetourisme.dz

LES NEUF DOMAINES DE LA QUALITÉ DANS LE TOURISME

Pour le professionnel du tourisme, adhérer à la marque Qualité Tourisme Algérie™ c'est prendre des engagements précis qui visent à la satisfaction des besoins de la clientèle touristique dans les neuf domaines de base suivants :

- **Information, communication et promotion** : Bien informer et donner à la clientèle une information claire, précise, complète et rapide, au téléphone, par mail ou sur site.
- **Accueil personnalisé** : Accueillir la clientèle avec amabilité, courtoisie, chaleur et sourire. Etre disponible, attentif et savoir s'adapter aux différents types de clientèle.
- **Compétence et comportement du personnel** : Prendre en compte le client avec rapidité, le conseiller et rechercher avec compétence les informations adaptées.
Bien maîtriser la pratique des langues étrangères.
- **Confort des lieux** : Accorder une attention particulière aux espaces d'accueil et de détente, au décor intérieur, à l'éclairage, à l'aération, au confort thermique et acoustique ainsi qu'aux équipements adaptés aux personnes à mobilité réduite.
- **Nature des équipements et des installations** : Mettre à la disposition de la clientèle des installations et équipements garantissant un séjour dans un cadre agréable. Ces installations et équipements doivent être en parfait état d'entretien et de fonctionnement.
- **Propreté et entretien des lieux** : Veiller constamment à la propreté, à l'entretien et à l'hygiène des lieux et des différents équipements.
- **Respect de l'Environnement** : Accorder la plus grande attention aux espaces verts, à la végétation, aux espaces extérieurs, à l'utilisation de l'eau, à la consommation énergétique ainsi qu'au respect des coutumes locales.
- **Valorisation du patrimoine local** : Mise à disposition de produits locaux et d'informations mettant en valeur les sites et les curiosités touristiques locales (gastronomiques, artisanales, culturelles, naturelles...).
- **Informations sur les mesures de sécurité** : Accorder la priorité à l'affichage des consignes d'évacuation et à la mise à disposition des mesures de sécurité.

FICHE DE SYNTHÈSE SUR LA MISE EN PLACE DU PLAN QUALITÉ TOURISME ALGÉRIE

La démarche de qualité est au cœur de la stratégie de développement du tourisme algérien à l'horizon 2030, stratégie adoptée par le Gouvernement en 2008 dans le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT) au terme d'études, d'enquêtes et d'une très large consultation de tous les acteurs du secteur.

Cette stratégie traduit la volonté de l'État de valoriser le potentiel naturel, culturel et historique du pays afin de le hisser au rang de destination d'excellence dans la région euro- méditerranéenne et d'en faire un pays récepteur.

UNE STRATÉGIE À CINQ COMPOSANTES

Cinq dynamiques essentielles et complémentaires sous tendent cette stratégie :

- Le Plan Destination Algérie
- Les sept Pôles Touristiques d'Excellence
- **Le Plan Qualité Tourisme Algérie, « le PQTA »**
- Le Plan Partenariat Public - Privé
- Le Plan de financement du secteur.

LE PLAN QUALITÉ TOURISME ALGÉRIE

Le Plan Qualité Tourisme Algérie (PQTA) a pour ambition de fédérer l'ensemble des professionnels algériens du tourisme autour d'**une démarche de qualité volontaire**, attentive aux besoins et à la satisfaction de la clientèle nationale et internationale.

Les établissements qui adhèrent volontairement à cette démarche de qualité obtiennent la marque «Qualité Tourisme Algérie», matérialisée par un **Panonceau**.

Le PQTA concerne :

- la mise en place de la **Marque Qualité Tourisme Algérie**,
- le renforcement de la qualification des **Ressources humaines**,
- la régulation des activités touristiques,
- et la **modernisation des infrastructures**.

OBJECTIFS DU PLAN QUALITÉ TOURISME ALGÉRIE

- Renforcer la compétitivité nationale par l'intégration de la notion de Qualité dans tous les projets de développement des entreprises touristiques ;
- Atteindre une meilleure professionnalisation dans tous les secteurs de l'offre touristique nationale ;
- Valoriser les territoires touristiques nationaux et leurs richesses locales ;
- Créer la durabilité de l'offre touristique algérienne à travers l'amélioration de la visibilité de la qualité des services par les clients nationaux et étrangers ;
- Faire bénéficier les entreprises touristiques engagées dans cette démarche d'une assistance et des outils adaptés à leur développement, notamment en les accompagnant dans les opérations de rénovation, réhabilitation, modernisation, extension et formation ;
- Assurer une promotion accrue des opérateurs engagés dans la démarche qualité par leur intégration dans le réseau des établissements portant la marque « Qualité Tourisme Algérie », en leur assurant ainsi une meilleure inscription dans les circuits commerciaux et un meilleur positionnement.

ACTIVITÉS ET PROFESSIONS TOURISTIQUES CONCERNÉES

- L'Hôtellerie,
- La Restauration,
- Les Voyagistes (Agences de Tourisme et de Voyages),
- Le Thermalisme et la Thalassothérapie,
- Les Transporteurs (compagnies aériennes, loueurs de véhicules, autocaristes...),
- Les Guides de tourisme,
- Les Offices de tourisme et bureaux d'accueil et d'information,
- Les plateformes d'entrée (Aéroports, Ports...).

Dans un première phase, l'accent est mis sur les trois activités suivantes : Hôtellerie, Restauration, Agences de Tourisme et de Voyages.

MESURES INCITATIVES

- **Mesures financières** énoncées dans la Loi de Finances Complémentaire pour 2009 :
 - L'article 80 de la LFC stipule que « les actions de modernisation des établissements touristiques et hôteliers à réaliser respectivement dans les wilayas du nord et celles du sud, engagées dans le cadre du Plan Qualité Tourisme, bénéficient respectivement d'une bonification de 3% et de 4.5% du taux d'intérêt applicable aux prêts bancaires ».
 - L'article 81 de la LFC stipule que « à titre transitoire et jusqu'au 31 décembre 2014, les acquisitions d'équipements et d'ameublements, non produits localement selon les standards hôteliers, rentrant dans le cadre d'opérations de modernisation et de mise à niveau en application du Plan Qualité Tourisme, bénéficient du taux réduit de droit de douane ».
- **Autres mesures** incitatives (à la charge de l'administration chargée du tourisme) :
 - La valorisation des établissements qui s'inscrivent dans la démarche par l'usage de la marque « Qualité Tourisme Algérie » concrétisée par un panonceau distinctif affiché devant l'établissement
 - **Le bénéfice des actions de communication** entrant dans le cadre de la promotion institutionnelle de la destination Algérie.
 - L'intégration au **Réseau** des entreprises touristiques portant la marque « Qualité Tourisme », qui constitue une garantie pour les touristes, et ainsi assurer une place compétitive dans les circuits commerciaux du tourisme.
 - **L'accompagnement** dans les opérations de modernisation et de formation.
 - **Le bénéfice total de la formation**, à la qualité, au profit du personnel de la cellule permanente chargée de l'audit interne.
- La prise en charge totale des deux audits externes (de diagnostic et de certification).

FINANCEMENT DU PLAN QUINQUENNAL 2010-2014 :

La mise en place de la marque « Qualité Tourisme » est soutenue par l'inscription d'une opération au titre du Plan Quinquennal 2010-2014 (Budget d'équipement du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat), intitulée « **Déploiement du Plan Qualité Tourisme** », devant notamment servir au déploiement de la démarche qualité dans ses différentes composantes.

ETAT DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA MARQUE « QUALITÉ TOURISME ALGÉRIE»

La mise en place de la marque « Qualité Tourisme » repose sur un plan d'actions s'articulant autour de 4 composantes essentielles :

- 1. Pilotage et méthodologie.**
- 2. Communication (sensibilisation et mobilisation des professionnels).**
- 3. Formation (Mise à niveau dédiée à la qualité).**
- 4. Certification.**

1- COMPOSANTE PILOTAGE ET MÉTHODOLOGIE :

Cette composante concerne la structuration des mécanismes de mise en place de la marque « Qualité Tourisme » et le suivi de son exécution tout au long du processus.

Actions déjà réalisées :

- Définition de l'approche méthodologique : validée par l'expertise d'un bureau d'études étranger spécialisé (ayant participé à la mise en place du « Plan Qualité Tourisme / France »), dénommé « ODIT-France » (Observation, Développement et Ingénierie Touristiques).
- Elaboration des différents documents relatifs à la démarche (engagements de qualité, contrat d'engagement à la démarche nationale de qualité, formulaire d'adhésion, manuel d'adhésion, liste des 300 premiers opérateurs susceptibles d'adhérer).
- Appropriation de la démarche qualité par les différents acteurs concernés (cadres des différents ministères, opérateurs du tourisme, experts qualiticiens...), à l'occasion de multiples rencontres et séances de travail.
- Installation du Comité National de la marque « Qualité Tourisme » avec composition et rôle.

Ce Comité est composé de représentants du secteur chargé du Tourisme (MTA, ONT, ANDT, ONAT et GESTOUR), de représentants des autres administrations concernées par le fait touristique (Commerce, Santé, Transports, DGSN, Gendarmerie Nationale, Protection Civile), de l'Institut Algérien de Normalisation (IANOR), en sa qualité d'organisme officiel de certification, des corporations professionnelles activant dans le domaine du tourisme (FNHR, FNAT, SNAV, FNOT) et d'experts qualiticiens.

- Création au sein de l'organisation de l'administration centrale du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat d'une « Direction du Plan Qualité Tourisme », chargée de la mise en œuvre de la stratégie du Plan Qualité Tourisme Algérie.

2- COMPOSANTE COMMUNICATION DÉDIÉE À LA MARQUE « QUALITÉ TOURISME » :

Le Plan de Communication, dédié à la marque « Qualité Tourisme », vise notamment cinq objectifs :

- 1- Susciter l'adhésion des professionnels à la démarche de qualité,
- 2- Susciter l'adhésion des professionnels non-adhérents,
- 3- Développer une culture commune de la qualité et maintenir la volonté d'adhésion des professionnels,
- 4- Informer les clientèles nationales (grand public),
- 5- Informer les clientèles étrangères.

Actions réalisées :

Cet axe a connu, au début du processus, une mobilisation accrue des professionnels, qui s'est traduite par la concrétisation des actions ci-après :

- L'organisation de séminaires de sensibilisation et de vulgarisation de la démarche qualité au profit des professionnels, et son appropriation par ces derniers,
- La tenue de quatre rencontres régionales, rehaussées par le parrainage des hautes autorités locales, qui ont regroupé les différents acteurs concernés, et ce, dans un cadre de communication et de vulgarisation des procédures d'adhésion.

Ces rencontres ont permis aux opérateurs du tourisme et aux bureaux d'études spécialisés une meilleure compréhension des procédures d'adhésion et particulièrement le mode opératoire de réalisation des démarches qualité au sein des entreprises touristiques.

Des CD, réalisés pour la circonstance et comportant les différents éléments constitutifs de la marque « Qualité Tourisme », ont fait l'objet d'une distribution large à l'ensemble des acteurs concernés.

- La vulgarisation de la marque « Qualité Tourisme » sur le site Internet du Ministère.
- L'organisation d'ateliers sur l'utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication au profit des opérateurs du tourisme (hôteliers et agences de tourisme et de voyages).
- L'organisation de plusieurs cérémonies officielles de signature des contrats d'adhésion, couvertes par les médias.
- La tenue d'un atelier spécifique sur la marque « Qualité Tourisme » lors des 2^e Assises Nationales du Tourisme (14-15 Avril 2013).

Le ralentissement des actions de communication enregistré depuis la fin du 1^{er} semestre 2010, est dû à des considérations objectives découlant du réaménagement de la composante gouvernementale de l'époque (création du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat) et au temps nécessaire pour la réorganisation des structures du ministère.

L'organisation des 2^e Assises Nationales du Tourisme, les 14 et 15 Avril 2013 au Palais des Nations, marque la relance du processus du PQTA et de l'ensemble des composantes de la stratégie nationale pour le développement et la promotion du tourisme national définie par le SDAT

3- COMPOSANTE FORMATION POUR LA MARQUE « QUALITÉ TOURISME » :

Pour le Plan de Formation dédié à la marque « Qualité Tourisme », trois cibles prioritaires ont été identifiées :

- Formation de Formateurs. Il s'agit d'une formation complémentaire, à la qualité, au profit :
 - des Enseignants des écoles professionnelles sous tutelle,
 - et des « Conseillers Territoriaux de la marque Qualité Tourisme » (les Chefs de Service de Contrôle des Activités Touristiques au niveau des Directions de Tourisme et de l'Artisanat de Wilayas, devant essaimer ultérieurement la formation acquise à toutes les entreprises touristiques engagées dans la démarche qualité au niveau de leurs wilayas respectives).
- Formation des représentants des Professionnels (« Messieurs Qualité » désignés au sein des entreprises engagées dans la démarche de qualité - Cellule permanente chargée de l'audit interne).

Actions réalisées :

Pour cet axe, les actions suivantes ont été concrétisées :

- Elaboration d'un programme de formation au profit des publics cibles prioritaires et ce, au titre d'une « assistance technique » réalisée par le bureau d'études « ODIT-France ».

- Identification des personnels concernés par les formations envisagées :
 - **36** Enseignants des 3 écoles sous tutelle (à raison de 12 par école),
 - les **48** Chefs de Service de Contrôle des Activités Touristiques des 48 DTAW (Conseillers Territoriaux),
 - **5000** Professionnels (« Messieurs Qualité », prévus au titre du plan quinquennal 2010-2014, à raison de 5 personnes par entreprise touristique, pour les 1000 entreprises prévues).

Actions en cours :

- La concrétisation de « l'assistance technique » inscrite au titre du programme « DIVECO » (réalisation en 2013), ayant pour objet :
 - Une Formation Complémentaire au profit de 36 Enseignants des 3 écoles sous tutelle du MTA,
 - La Formation de 48 Formateurs (Conseillers Territoriaux) de la marque « Qualité Tourisme ».
- Le lancement de l'opération inscrite au titre du plan quinquennal 2010-2014 (Budget de l'Etat), portant sur « la formation complémentaire au profit de 5 000 professionnels ». Le cahier des charges relatif au marché y afférent a été élaboré et l'appel d'offres lancé.

4- COMPOSANTE CERTIFICATION :

Au titre du plan quinquennal 2010-2014, il est prévu la certification de 1000 entreprises touristiques (à raison de 200 entreprises par année).

Actions réalisées :

Autour de cet axe, plusieurs actions ont été entreprises :

- A ce jour, il est enregistré la conclusion de 219 contrats d'adhésion (124 avec les Hôteliers, 06 avec les Stations Thermiques, 74 avec les Agents de Voyages et 15 avec les Restaurateurs), dont 34 opérateurs (15 Hôtels et 19 Agences de Voyages) ont réalisé des audits qualité, par des cabinets spécialisés, et sont éligibles à la labellisation par l'obtention de la marque « Qualité Tourisme ».
- En ce qui concerne la sélection du cabinet d'audit externe (chargé du diagnostic et de la certification des entreprises touristiques), le cahier des charges relatif à un « appel à candidatures » est en cours d'élaboration (opération inscrite au titre du quinquennal).
- En ce qui concerne l'actualisation du « Référentiel National de la Qualité », une « assistance technique » est engagée au titre du programme « DIVECO » ayant pour objet la révision des engagements de qualité, initialement définis. Cette opération est en cours de finalisation.

Actions en cours :

- Une fois le cabinet d'audit externe recruté, il est prévu l'audit des 219 entreprises touristiques, ayant conclu des contrats d'adhésion, et celles qui adhéreront d'ici là. S'en suivront, alors, les certifications proprement dites.
- Il est également prévu de lancer les autres opérations inscrites au titre du plan quinquennal 2010-2014 (Budget de l'Etat), portant sur « la fabrication des panonceaux matérialisant la marque Qualité Tourisme » et « l'assistance technique d'experts qualiticiens et organismes internationaux spécialisés en qualité ». Les cahiers des charges relatifs aux marchés correspondants seront élaborés dans les meilleurs délais.

VOUS AVEZ DIT «DÉMARCHE DE QUALITÉ» ?

QU'EST- CE QUE LA DÉMARCHE QUALITÉ ?

La démarche qualité est une attitude vigilante pour une amélioration continue de la qualité des services rendus en vue de la satisfaction du client.

C'est une démarche participative, volontairement choisie, et qui implique autant la direction que l'ensemble des personnels de l'entreprise. Elle nécessite un engagement fort des premiers responsables de l'établissement.

C'est un processus qui consiste à analyser en permanence son fonctionnement et ses pratiques afin de pouvoir mettre en œuvre des actions d'amélioration et de progression à tous les niveau de la chaîne et quel que soit le secteur du service.

Inscrite dans la durée, la démarche qualité devient une véritable dynamique ancrée dans culture de l'entreprise.

QU'EST- CE QUE LA SATISFACTION DU CLIENT ?

Le client est au centre de la démarche qualité. Comme destinataire du service, la satisfaction de ses besoins, exprimés ou implicites, est la valeur suprême.

Un client «satisfait» est un client fidèle et un prescripteur pour sa famille, ses amis et son entourage professionnel. La publicité «de bouche-à-oreille» est, souvent, plus efficace que celle des médias.

Satisfaire le client, c'est non seulement répondre à sa demande, suivre la réalisation du service, mais aussi être à son écoute permanente et réaliser des sondages réguliers sur sa perception de la qualité du service rendu.

POURQUOI S'ENGAGER DANS UNE DÉMARCHE QUALITÉ ?

S'engager dans une démarche qualité est un processus gagnant-gagnant pour le professionnel du tourisme, pour les clients et pour tout le secteur du tourisme.

POUR LE PROFESSIONNEL DU TOURISME, IL PERMET DE :

- Améliorer l'image et le positionnement de l'établissement
- Satisfaire ses clients et les fidéliser
- Gagner de nouveaux clients
- Profiter de toutes les aides et mesures incitatives offertes par l'Etat
- Maîtriser les coûts et rentabiliser la gestion interne
- Augmenter son activité et réaliser de meilleurs bénéfices.

POUR LES CLIENTS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX :

- C'est une garantie de satisfaction
- C'est un gage de qualité des services
- C'est une assurance de confort et de sécurité.

POUR LE SECTEUR DU TOURISME :

- C'est un grand pas vers la professionnalisation progressive des services offerts dans le tourisme
- C'est l'inscription dans un processus de mise à niveau permanente des ressources humaines
- C'est un vecteur de développement et de pérennisation de l'offre touristique nationale
- C'est un vecteur de mise en valeur des richesses nationales et des spécificités des territoires régionaux
- C'est un immense vivier de création d'emplois et de lutte contre le chômage.

LE TOURISME EN CHIFFRES



ILS ONT DÉCIDÉ DE S'ENGAGER DANS UNE DÉMARCHE QUALITÉ

Témoignages de Professionnels appartenant aux trois filières
et qui ont franchi le pas en obtenant la marque QTA

Mohamed Ben Mohamed, Directeur du Sofitel, Alger

**UN RÉFÉRENTIEL DE LA QUALITÉ RÉDIGÉ
AVEC LES PROFESSIONNELS ALGÉRIENS**

Michel BRICLER, expert international de la qualité

**LE TOURISME ALGÉRIEN A TOUT À GAGNER EN PARIANT
SUR LA QUALITÉ**

Mohamed Ben Mohamed, Tour opérateur international de tourisme

UN SALUT AU PLAN QUALITÉ ALGÉRIE