

République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère de l'enseignement supérieur  
et de la recherche scientifique

Université du 08 mai 45, Guelma  
Faculté des sciences économiques et commerciales  
et sciences de gestion  
Département des sciences de gestion



**Création d'entreprise: Station thermale  
CHIFAA-LES –BAINS  
Hammam Debagh (Guelma)**

Réalisé par

BERRAMDANE Hichem

Sous la direction de

BENKIRAT Abdelazize

**Année universitaire : 2013-2014**

## *Dédicace*

*Je* dédie ce modeste travail, à toutes les personnes qui se sont mises à mes côtés tout au long de l'élaboration de ce mémoire.

A celle qui m'a donné la vie, le symbole de tendresse, qui s'est sacrifiée pour mon bonheur et ma réussite, à ma mère ...

A mon père, écho de mon enfance, qui a été mon ombre durant toutes les années des études, et qui a veillé tout au long de ma vie à m'encourager, à me donner l'aide et à me protéger,

Que dieu les garde et les protège.

A ma chère épouse qui m'a soutenue tout au long de ce travail

A mes adorables sœurs

A mon cher frère et son épouse

A ma chère tante Dalila

A mes chers beaux-parents

A mes chères belles sœurs et mon beau frère et je les remercie pour leur aide

A toute ma famille, et mes amis,

Et à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin pour que ce projet soit possible, je vous dis merci.

BERRAMDANE HICHEM

# SOMMAIRE

SOMMAIRE .....	I
Liste des tableaux .....	II
Liste des schémas .....	III
Introduction générale .....	A
<b>CHAPITRE 01: CONCEPTS DE BASE SUR LE TOURISME ET LE THERMALISME</b>	
Section 01 : Généralité sur le tourisme .....	2
Section 02 : Thermalisme .....	10
Section 03 : Le thermalisme en Algérie .....	19
<b>CHAPITRE 02: ELABORATION DU PROJET: STATION THERMALE</b>	
Section 01: Présentation de l'idée du projet et du promoteur .....	29
Section 02: Etude de faisabilité .....	31
Section 03 : Plan d'affaires .....	73
Conclusion générale .....	83
BIBLIOGRAPHIE .....	84
ANNEXES .....	86
TABLE DES MATIERES .....	88

## Liste des tableaux

Tableau N° 01 : Evolution des arrivées touristiques internationales depuis 1950 .....	9
Tableau N° 02 : Classement des pays récepteurs de touristes selon l'OMT 2012 .....	10
Tableau N° 03 : Classement des principaux pays émetteurs en matière de dépenses touristiques à l'international .....	10
Tableau N° 04 : Evolution de l'emploi dans le secteur du tourisme .....	19
Tableau N° 05 : Evolution de la part du secteur de tourisme dans le PIB .....	20
Tableau N° 06 : La balance de paiement (million USD).....	20
Tableau N° 07: Évolution des entrées aux frontières des touristes par pays de Provenance .....	20
Tableau N° 08: Fréquentation thermale en Algérie 2013.....	25
Tableau N° 09 : Les établissements thermaux de la wilaya de Guelma .....	26
Tableau N° 10 : Les compétences du promoteur.....	30
Tableau N° 11 : Fiche synthétique du promoteur.....	31
Tableau N° 12 : Les stations thermales médicalisées au niveau national .....	32
Tableau N° 13 : Les stations thermales médicalisées et les bains traditionnels au niveau régional .....	36
Tableau N° 14 : Les concurrents potentiels (les stations thermales médicalisées et les bains traditionnels) au niveau régional .....	37
Tableau N° 15 : Caractéristiques d'eau (Complexe el baraka) .....	37
Tableau N° 16 : Comparaison des prix des concurrents de Guelma .....	37
Tableau N° 17 : Profil et politique commerciale de la concurrence (Points forts et faible) ...	41
Tableau N° 18: Les tarifs de CHEFAA-LES -BAINS .....	52
Tableau N° 19 : Les besoins en bâtiments de CHEFAA-LES-BAINS .....	54
Tableau N° 20 : Besoins en matières premières .....	54
Tableau N° 21 : Besoins en équipements et matériels .....	56
Tableau N° 23: Les besoins en personnel et leurs qualifications .....	58
Tableau N°24 : Les coûts personnels de 3 ans .....	60
Tableau N°25 : Prévision des ventes (bain simple).....	60
Tableau N°26 : Prévision des ventes (piscine) .....	61
Tableau N° 27 : Prévision des ventes (bien être) .....	61
Tableau N° 29 : Chiffre d'affaire prévisionnel pour 3 ans.....	62
Tableau N° 30: Le plan de financement initial.....	62
Tableau N° 31: Compte de résultat prévisionnel de 03 ans.....	63
Tableau N° 32 : Calculer le point mort (seuil de rentabilité) .....	64
Tableau N°33 : Les caractéristiques de cette structure.....	71
Tableau N°34: Fiche synthétique de projet .....	73
Tableau N°35 : Comparaison des prix des concurrents avec la station Chefâa-les-bains.....	74
Tableau N° 36: les services et produits offerts.....	75
Tableau N°37 : Prévision des ventes (bain simple).....	75
Tableau N°38 : Prévision des ventes (piscine) .....	75
Tableau N°39 : Prévision des ventes (bien être) .....	76
Tableau N° 40: Prévision des nuitées (chambre) .....	76
Tableau N°41 : Besoins en matières premières .....	77
Tableau N°42: Besoins en matières premières .....	78
Tableau N° 43: Les coûts personnels de 3 ans .....	78
Tableau N°44 : Fonds de roulement .....	79
Tableau N°45 : Plan de financement .....	79
Tableau N° 46: Compte de résultat prévisionnel de 03 ans.....	80

## Introduction générale

Le tourisme est par définition un voyage d'agrément. Son apparition remonte à plusieurs siècles, lors de la découverte de la mer, la montagne et les sources chaudes comme moyen de détente.

Depuis, les touristes ne cessent de rechercher plus loin l'exotisme d'où la naissance du tourisme international qui n'a cessé de prendre ampleur, pour devenir aujourd'hui un phénomène de civilisation et un moteur de développement économique pour certains pays.

En effet, on s'approche de devenir la branche économique la plus importante à l'échelle mondiale, le secteur du tourisme adopté dorénavant en Algérie d'une prise en charge conséquente dans le cadre stratégique de référence, est défini par « le schéma directeur d'aménagement touristique SDA' 2025 ».

De part sa situation stratégique et sa nature, la wilaya de Guelma est considérée parmi l'une des régions les plus touristiques du pays, ses montagnes, son climat ainsi que ces sources chaudes bien que sa cascade, font de la wilaya une zone où toutes formes de tourisme est possible : tourisme de montagne climatique et thermal (santé).

Le tourisme thermal est la forme la plus répandue dans la wilaya de Guelma, les sources d'eaux chaudes constituent un attrait indéniable pour les touristes locaux et même étrangers.

De cet effet, l'attractivité de l'investissement, s'est fortement accélérée au cours de ses dernières années, une concentration et une tendance à la région qui tendent à favoriser le développement économique mais aussi dynamiser l'investissement dans le secteur sur la région de Hammam debagh.

### **Problématique**

Notre travail est conçu dans le but d'apporter des éléments de réponse à la problématique suivante:

**La création d'une station thermale à HAMMAM DBEGH (Guelma) est-il faisable?**

Dans le but de répondre à cette question principale, les questions spécifiques suivantes ont été formulées:

- Quelle est la clientèle cible pour mes services? Quelles sont ses caractéristiques?
- Quels sont les avantages de mes services, pour la clientèle?
- Quels sont les concurrents principaux?
- Quels sont les équipements matériels, en matières premières, en service dont j'ai besoin?

- Quel est mon plan de recrutement ou de sélection de mes collaborateurs ou de spécialistes?
- Quel est le statut juridique que j'envisage et pourquoi?
- Quels sont mes besoins en financement?

Afin de mieux cerner mon étude, on a jugé utile de tracer comme hypothèse de travail ce qui suit: Création une station thermale à Hammam Dbegh serait faisable et opportunité d'affaire.

### **Objectif de recherche**

- Mettre en évidence le marché touristique dans la wilaya de Guelma;
- Connaitre la potentialité dans le domaine touristique à Guelma ;
- faire un guide pour les étudiants qui envisage crier des entreprises ;

### **Méthodologie de recherche**

Pour la réalisation de ce modeste travail, j'ai eu recours à des ouvrages, bien que les ouvrages traitants de thermalisme et création d'entreprise ne soient pas nombreux, à des statistiques sur le tourisme au ministère du tourisme et la direction de wilaya Guelma.

La technique statistique nous a permis de traiter les données qualitatives et d'interpréter les résultats présentés sous formes des tableaux à l'aide de l'outil informatique. Dans la même logique, certaines techniques d'analyse financière, et de gestion financière mais aussi de la comptabilité nous ont aidés à analyser les données.

Il est à noter que le recours au logiciel Excel, ils ont été indispensables dans l'étude de la demande.

### **Subdivision du travail**

Dans le cadre de la problématique posée et en mettant en cause l'hypothèse proposée, j'ai tenté d'entreprendre mon étude de recherche et de scinder mon travail en deux chapitres:

**Le premier chapitre:** intitulé « concepts de base sur le tourisme et le thermalisme » dans ce chapitre nous définirons les principaux concepts liés au tourisme, a son apparition et son évolution et quelques chiffres clé sur le tourisme; et nous mettrons l'accent sur le concept thermalisme et les sources thermales en Algérie, leur historique et leurs particularités, ces potentialités en terme de tourisme thermal.

**Le deuxième chapitre:** sera consacré à l'élaboration de projet de création d'une station thermale, il regroupe la présentation, l'idée et promoteur, l'étude de faisabilité et l'élaboration d'un busines plan concerne la création d'une station thermale dans la zone d'expansion touristique « ZET » de Guelma situer à Hammam Debagh, et ce chapitre servira à répondre sur les questions ci-dessus.

### Introduction

Au fil des décennies, le tourisme a connu un essor continu, il s'est diversifié de plus en plus. C'est ainsi que le tourisme est venu occuper une place de choix dans beaucoup de pays. L'apport de ce secteur et la croissance ne sont pas les moindres importances: c'est une source de revenu et de recette en devises appréciables : mais également de grands gisements d'emplois potentiels. Le tourisme est un moteur de développement économique dans plusieurs pays, mais il est générateur de grand nombre d'investissements.

Dans ce premier chapitre, je mets l'accent sur les principaux concepts liés au tourisme et le thermalisme, et ses évolutions à travers le temps. Quelque chiffre clé sur le tourisme, les sources thermales en Algérie, leur historique et leurs particularités, ses potentialités en termes de tourisme thermal.

### Section1 : Généralité sur le tourisme

#### 1.1 Historique et Définitions

##### 1.1.1 Evolution du tourisme dans le monde

Après avoir consulté plusieurs sites internet qui traitent la genèse du tourisme, j'ai pu résumer l'histoire du tourisme comme suit :

Le tourisme existe depuis l'antiquité, les premières civilisations : les grecs, les puniques, les phéniciens, les romains, où les pharaons avaient connu des déplacements d'une région à une autre pour plusieurs raisons (économique, commerciale, curative ou encore pour découverte).

De 776 avant J-C à 393 après J-C, les jeux olympiques apparaissent et conduisent à des déplacements collectifs, on assistait cependant à la mise en place de diverses infrastructures d'accueil (auberge et gîtes divers).

L'empire romain va développer ces traditions et la capitale Rome se dote d'une ceinture de villa et d'autres stations pour la pratique des loisirs.

Au 17<sup>ème</sup> siècle le voyage se multipliait et les anglais faisaient preuve d'une grande mobilité, ils étaient les premiers qui donnaient le nom « le grand tour » au voyage initiatique à leur éducation, le but était la rencontre des vestiges des civilisations redécouvertes et mises en valeur de la renaissance (les sites archéologiques grecs et romains).

Le mot « tourisme » est apparu pour la première fois en Angleterre à la fin du 18<sup>ème</sup> siècle et son usage s'est répandu rapidement pour les classes aisées, et pris une nouvelle dimension, il a tendu son air géographique et diversifié ces activités.

En France le mot « tourisme » apparaît pour la première fois dans le dictionnaire Littré en 1803 ; le touriste était défini, comme « un voyage qui ne parcourt des pays étrangers que par curiosité et par désœuvrement- voyage Anglais en France, en Suisse et en Italie »<sup>1</sup>; mais, qu'aux alentours de 1986 que les premières formes du tourisme moderne apparaissent, le tourisme de montagne, le tourisme de thermalisme et le tourisme du climatisme.

Au 19<sup>ème</sup> siècle et dans la première moitié des 20<sup>ème</sup> siècle, le tourisme connaissait son réel développement, une filière économique se mettait progressivement en place et le tourisme se traduisait par une multitude d'aménagements qui bouleversaient le milieu local et créaient de nouvelles dynamiques.

---

<sup>1</sup><http://teamcigogneactive.over-blog.com/article-23611768.html>, Date : 23/04/2014, Heure : 09 :54



## CHAPITRE 01: CONCEPTS DE BASE SUR LE TOURISME ET LE THERMALISME

---

Le tourisme demeurait cependant longtemps limité aux aristocrates et au bourgeois aisés, jusqu' à 1936, où les congés payés par le front populaire et ce la sécurité social permettaient à des associations de tourisme social de donner aux stations thermales un nouvel élan. La seconde guerre mondiale a marqué une rupture et c'est véritablement avec les années cinquante que le phénomène touristique amorcé s'est élargi et simplifié pour devenir une industrie touchant l'ensemble de rouages de la société. Dans la présente section, je définirai le tourisme pour distinguer ses différentes formes .

### 1.1.2 Définitions

Différentes définitions peuvent être données au tourisme. En effet, selon les différents organismes, le tourisme se définit comme suit :

#### A. Définition du tourisme selon (OMT)

L'organisation mondiale du tourisme, définit le tourisme comme *« étant un déplacement hors de son lieu de résidence habituel pour plus de 24 heures, mais moins de 4 mois, dans un but de loisirs, un but professionnel (tourisme d'affaire) ou un but sanitaire (tourisme de santé) »*<sup>1</sup>

#### B. Définition de la Commission des Statistiques des Nations Unies

La commission des statistiques des nations unies, en 1993 ,précise la définition et caractérise le tourisme comme *« un ensemble d'activités déployées par les personnes au cours de leur voyage et leur 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 affaire ou pour d'autres motifs. »*<sup>2</sup>

#### C. Définition du tourisme

Le tourisme à été défini par la commission des statistiques des nations unies comme suit *« Le visiteur, toute personne qui se rend dans un autre pays que celui ou celle a son lieu de résidence habituelle, pour tout autre raison que celle d'y exercer une profession rémunérée dans le pays même.»*<sup>3</sup>

De ces définitions, je peux dire que « le tourisme » est le fait de voyager ou de parcourir pour son plaisir, un lieu autre que ce lui où l'on vit habituellement, ce qui peut impliquer la consommation d'une nuitée auprès d'un hôtelier et éventuellement une réservation de titre de transport. Initialement uniquement rattaché aux loisirs et à la santé, le tourisme englobe désormais l'ensemble des activités économiques auxquelles la personne fait appel lors d'un déplacement inhabituel (transport) à hôtels, restaurants, cafétéria, etc

---

<sup>1</sup> [www.unwto.org.fr](http://www.unwto.org.fr); Date : 12/04/2014, Heure: 11:54

<sup>2</sup> [www.unwto.org/fr/IMG/pdf/MESSAOUDI\\_Fatmat.pdf](http://www.unwto.org/fr/IMG/pdf/MESSAOUDI_Fatmat.pdf); Date:12/04/2014,Heure:11:06

<sup>3</sup> Girard CGUBILATO; Economie touristique, Delta, Suisse 1983, P41

### 1.2 Le marché touristique et ses composantes

La mise en place d'une politique touristique suppose la définition du produit à offrir à la clientèle, ces caractéristiques différentes d'un espace à un autre.

#### 1.2.1 Définition des produits touristiques

*« Le produit touristique est un mélange d'éléments qui présente un tout indivisible, seul la combinaison des facteurs de l'offre original et des facteurs de l'offre dérivée permet de satisfaire les besoins touristiques. »<sup>1</sup>*

#### 1.2.2 Définition de l'offre touristique

C'est l'ensemble des biens et services touristiques pouvant être présentés sur le marché à un prix donné et pouvant satisfaire la demande potentielle des consommateurs.

- **Les ressources naturelles** : elles constituent la donnée de la nature : climat, soleil, eaux chaudes, mer, montagne...
- **Ressources créées par l'homme** : c'est l'ensemble des monuments, des arts, la danse, la cité, les musées, les espaces de détente, les festivals et les spectacles, les parcs d'attractions.
- **Transport** : sans voyage, le tourisme n'aurait pas de sens, les moyens de transport rendent les zones enclavées accessibles.
- **Hébergement** : il existe plusieurs types d'hébergements ; à savoir l'hôtellerie de gastronomie, les résidences secondaires, les locations meublées, les gîtes ruraux, les villages de vacances, les camps de colonies de vacances, les campings et auberges des jeunes.
- **Équipements distractifs** : en plus de l'hébergement et de la nourriture, le tourisme exige une animation et une ambiance des lieux de sa résidence, cette activité est assurée par trois groupes d'équipements :
  - **Équipements sportifs** : stades, sports nautiques, jeux terrestres, sports divers.
  - **Équipements culturels** : théâtre, cinéma, musée.
  - **Équipements de divertissement** : à titre d'exemple : casino, bar et discothèques.

#### 1.2.3 Définition de la demande touristique

La demande touristique correspond aux diverses quantités de biens et de services touristiques que les consommateurs peuvent acheter à un prix donné, désignant le type de la clientèle touristique : jeune, vieille, et niveau de vie de différentes catégories.

---

<sup>1</sup> TESSA Ahmeç, « économie touristique et aménagement de territoire » O.P.U., alger1993, P.30.

### B. Le tourisme vert « écotourisme »

Un peu plus spécialisé ; il se déroule dans la nature et contribue à la protection de l'environnement et au bien-être des populations locales « alors que le tourisme durable concerne également les hôtels de ville, etc. »<sup>1</sup>

#### 1.3.4 Le tourisme urbain

Sur le plan scientifique, le tourisme urbain a suscité l'intérêt de plusieurs chercheurs à l'égard de l'évolution exponentielle des flux touristiques en destination des espaces urbains. Dans ce sens, les premiers écrits sur ce sujet portaient essentiellement sur les villes européennes en vue de l'héritage patrimonial et historique qui recèle les agglomérations du vieux continent. Toutefois, la crise des villes industrielles américaines a fait en sorte que le débat se déplace de l'autre côté de l'atlantique où le tourisme était perçu comme un facteur de régénération des villes en question.

Les touristes sont attirés par la ville au regard de la concentration géographique des attractions où des facilités offertes sur le territoire urbain.<sup>2</sup>

#### 1.3.5 Le tourisme saharien

Le tourisme saharien qui est un tourisme de « recherche de sens », fondé en particulier sur les normes, les valeurs du nomadisme que le voyage occidental tente de retrouver le temps d'une randonnée chamelière ou d'une visite d'un campement.

Ces aspects essentiellement symboliques peuvent constituer un levier pour le développement durable du tourisme dans le Sahara.<sup>3</sup>

Généralement ce produit consiste à organiser

- ✓ Randonnée pédestre avec chameau (trekking)
- ✓ Randonnée pédestre avec automobile
- ✓ Circuit en 4\*4

En savourant aussi la culture nomade via le mode de vie et la magie des lieux.

#### 1.3.6 Le tourisme culturel

Le tourisme culturel est une forme de tourisme centré sur la culture, l'environnement culturel (incluant les paysages de la destination), les valeurs et le style de vie, le patrimoine local, les plastiques et ceux du spectacle, les industries, les traditions et les ressources de loisirs de la communauté d'accueil. Il peut comprendre la participation à des événements culturels, des visites du musée et monument et la rencontre avec des locaux, il ne doit pas être

---

<sup>1</sup><http://www.Voyagepourlaplanete.com/tourisme-durable>, Date: 14/05/2014 Heur: 16:24

<sup>2</sup>[http://www.rhpositive.ch/cms/index.php/tutti\\_gli\\_articoli/tem/1-le-tourisme-urbain/1-le-tourisme-urbain](http://www.rhpositive.ch/cms/index.php/tutti_gli_articoli/tem/1-le-tourisme-urbain/1-le-tourisme-urbain)  
Date: 09/05/2014 Heur: 17:03

<sup>3</sup>[http://www.coc-etudiant.fr/Rapportde-stage\\_et/definitor-cu-tourisme-saharien-54064.html](http://www.coc-etudiant.fr/Rapportde-stage_et/definitor-cu-tourisme-saharien-54064.html), Date: 09/05/2014, Heur: 19:54

## CHAPITRE 01: CONCEPTS DE BASE SUR LE TOURISME ET LE THERMALISME

considéré comme une activité économique identifiable, mais plutôt comme englobant toutes les expériences vécues par les visiteurs d'une destination au-delà de leur univers de vie habituel ; cette visite doit durer au moins une nuitée et moins d'un ans .le tourisme culturel peut prendre diverses formes , à l'exemple du tourisme religieux et le tourisme culinaire.<sup>1</sup>

### A. Le tourisme religieux

Le tourisme religieux peut se définir comme le moyen pour le croyant de connaître mieux l'histoire de son groupe religieux. Enfin d'un point de vue culturel ,cette forme de tourisme donne accès à la culture émanant des grandes religions et devient alors un phénomène de société dont l'ampleur dépasse de loin l'attachement des croyants à leur propre croyance.

Ce nouvel aspect se caractérise, entre autres, par l'attrait culturel qu'exercent l'art sacré et l'architecture spécifique du tourisme religieux.<sup>2</sup>

### B. Le tourisme culinaire

Selon la sociologue américaine Lucy Long (1998) « *le tourisme culinaire consiste à découvrir et explorer la culture et histoire (d'un lieu) à travers son alimentation et les activités qui lui sont liées, par la création des expériences mémorables* »<sup>3</sup>

Le tourisme culinaire comprend les activités culinaires agrotouristiques, agroalimentaire : spécialement conçues pour les touristes, qui mettent en valeur les aliments et les boissons et qui fournissent l'occasion de découvrir les plats propre sa une région et de reconnaître le talent et l'ingéniosité des artisans.

### 1.3.7 Le tourisme d'affaire

La raison principale du tourisme d'affaire peut être la profession, la réunion, le congrès, les conférences la foire etc. « Le visiteur réalise le voyage touristique pour les besoins de sa profession ou de l'activité économique de l'unité de production pour laquelle il travaille ; de plus, la décision de faire le voyage et son financement relève souvent de quelqu'un d'autre que la personne en déplacement pour affaires »<sup>4</sup>.

Nous avons aussi dans cette catégorie : les séminaires, les colloques, les conventions, ces manifestation nombre important de personnes et supposent donc une mobilisation des moyens.

<sup>1</sup>[http://www.tourisme-qb.com/cms\\_pdfs/CHT\\_French\\_c.pdf](http://www.tourisme-qb.com/cms_pdfs/CHT_French_c.pdf), Date : 10/05/2014Heur : 14:36

<sup>2</sup> Rapport réalisé par Le Réseau de veille en tourisme Chaire de tourisme Transat, ESG UQAM Mars 2011, P3

<sup>3</sup> Guide pour le développement d'un produit de tourisme culinaire ; « une généreuse nature »Ottawa, novembre 2003, P 3 commission canadienne du tourisme.

<sup>4</sup> Maurice dupy, *Tourisme d'affaire*, thecnip, paris, 2005, p12

## CHAPITRE 01: CONCEPTS DE BASE SUR LE TOURISME ET LE THERMALISME

### 1.3.10 Le tourisme durable et responsable

Le tourisme durable et le tourisme responsable sont des termes équivalents désignant l'application des principes du développement durable au tourisme. Ces termes chapeaux englobent un nombre de formes de tourisme alternatif. La notion de tourisme durable reprend les trois concepts piliers du développement durable, à savoir les aspects environnementaux, sociaux et économiques de la vie en société, adaptés à ce secteur particulier.<sup>1</sup>

L'objectif est d'assurer aux populations locales vivant sur et aux alentours des lieux touristiques une part des revenus générée par ce secteur et de les impliquer totalement ou en partie dans la mise en place des activités.

### 1.4 Le tourisme aujourd'hui

Aujourd'hui le tourisme est devenu le secteur économique ayant la croissance la plus rapide du monde, d'après la dernière édition des baromètres OMT du tourisme mondiale, les arrivées de touristes internationaux sont augmentées de 5% en 2013 pour atteindre 1087 millions d'arrivées, avec 52 millions touristes internationaux supplémentaires par rapport à 1035 millions enregistrés en 2012.<sup>2</sup>

Dans le tableau ci-dessous, nous allons présenter l'évolution du tourisme international depuis 1950, selon les données de l'OMT.

**Tableau N° 01 : Evolution des arrivées touristiques internationales depuis 1950**

Année	1950	1960	1970	1990	2010	2011	2012	2013
Nombre des arrivées internationales (million d'arrivées)	25	156	436	674	940	996	1035	1087

Source : Organisation mondiale du tourisme

Ce tableau fait ressortir que le tourisme international est en permanente évolution qui est due à l'amélioration du niveau de vie de la population mais aussi au développement des moyens de transports à l'échelle internationale.

#### 1.4.1 Les principaux pays récepteurs de touristes au monde

Au cours des dernières années, le classement de destination touristique a beaucoup changé et la répartition des touristes se fait entre un très grand nombre de pays, selon l'OMT, les dix principales orientations touristiques pour l'année 2012, sont classées comme suit :

<sup>1</sup> <http://www.ecoptourisme-magazine.com/tourisme-durable,Date/14/05/2014,Heur16:05>

<sup>2</sup> <http://www2.unwto.org/fr,Date,02/05/2014,Heur11:45>

## CHAPITRE 01: CONCEPTS DE BASE SUR LE TOURISME ET LE THERMALISME

Thérapeutique naturelle par excellence, le thermalisme s'inscrit parfaitement dans la recherche actuelle d'une vie et d'un environnement plus naturel, permettant à l'individu de préserver sa santé.

D'ailleurs, depuis 1986, l'Organisation Mondiale de la Santé confère un statut officiel à la Fédération Internationale du Thermalisme. Ce qui donne au thermalisme une validité scientifique et un rôle social.

Le thermalisme, étant un ensemble d'activités liées à l'exploitation et à l'utilisation des eaux minérales, a su se moderniser pour mettre à profit les dernières technologies afin d'utiliser les eaux minérales à des fins thérapeutiques tant pour adulte et l'enfant.

Derrière le thermalisme se profile une structure qui incarne les différentes activités d'exploitations des thermes. Il s'agit bel et bien de la station thermale. Celle-ci peut être définie comme la localité<sup>1</sup>, qui est dotée d'un ou de plusieurs établissements spécialisés dans le traitement d'affections diverses par les eaux de sources minérales. Et le site qui dispose d'une structure (douche, baignoire, boue...) et des équipements (hôtels ou lieux parallèles pour hébergement sur place) est un établissement thermal.

### 2.2 Évolution des thermes et du thermalisme dans le monde

Dès le premier âge de l'humanité, les eaux chaudes ont été recherchées par l'être humain pour se soigner. Le thermalisme est une pratique plusieurs fois millénaire<sup>2</sup>, en tant que phénomène socio-économique.<sup>\*\*</sup>

#### 2.2.1 Chez les Grecs

L'histoire des bains a commencé chez les grecs dans le cadre de ce que l'on appelle le « Gymnase ». Le gymnase prend un contexte social et architectural dans les premières formes de bain communal de l'antiquité.

La partie « eau » est devenue fondamentale dans le gymnase pour d'abord se nettoyer et prendre ensuite du plaisir avant et après l'exercice physique.

À l'origine, le gymnase est conçu pour les militaires et pour les jeunes athlètes. Mais, vers la seconde moitié du IV<sup>ème</sup> siècle avant J-C, il s'est développé pour comprendre des salles autour d'une colonnade délimitant la cour de la palaestra<sup>\*\*\*</sup> et une extension des pistes

<sup>1</sup> Elle est appelée aussi station hydrominérale, ville d'eau ou ville thermale.

<sup>2</sup> Au siècle des Lumières, les auteurs écrivaient déjà sur les villes d'eaux en s'intéressant à leur origine et à leur Anciennoté.

<sup>\*\*</sup> Les premiers témoignages de l'histoire Thermale, c'est-à-dire de l'utilisation des eaux chaudes à usage médical, ont été datés de 3 000 ans avant J.C. aussi bien en France qu'en Italie, Grèce, Égypte... Chacune des stations thermales a été consacrée par l'histoire. Celtes, Gaulois et Romains se sont succédé pour goûter aux pouvoirs salutaires des eaux.

<sup>\*\*\*</sup> C'est une enceinte rectangulaire attachée à un gymnase où les athlètes seraient en concurrence dans divers Sports en face d'un auditoire.

de course. C'est cette organisation spatiale qui semble être la solution la plus développée pour le gymnase et pour la palaestra.

A partir du premier siècle avant J-C le gymnase se transforme graduellement par l'introduction des bains d'eau chaude. Ce fait est dû au déclin de l'idéal athlétique et à la croissance de la popularité des bains chauds de l'hydrothérapie. A ce niveau, un nouveau système de réchauffement des bords a été instauré, permettant la circulation de la chaleur à travers les murs.

### 2.2.2 Chez les Romains

C'est cette nouvelle tendance de lier l'exercice physique aux bains qui forgera la culture romaine en la matière. A cette période, les thermes vont évoluer et s'adapter au style de la vie romaine. Les romains, comme les Grecs, soutenaient que « il faut jouer beaucoup pour pouvoir travailler beaucoup ».<sup>1</sup>

La société était censée de sauvegarder la santé et le bien-être du peuple. A partir d'ici les thermes sont considérés comme services publics non payables et ouverts à tout le monde. Et les plus grands complexes étaient bâtis pour accueillir les thermes du peuple.

Les romains ont mis en exergue une autre sorte de bains, appelée « balneae », de taille réduite et privée, vu l'étroitesse de l'espace dans les villes. Et ceci à côté des thermes impériaux. Ceux-ci sont d'énormes destinés à accueillir toute sorte de bains, des salles de lecture, bibliothèques, portiques jardins, palaestra et pistes de course pour la pratique d'exercices physiques.

Si les grecs ont passé l'air chaud dans les murs, les romains ont fait circuler l'air chaud en dessous du sol, donnant ainsi une preuve de leur avance technique.<sup>2</sup>

Les thermes romains incluent les éléments suivants:

Tepidarium: C'est la salle la plus grande et luxueuse dans les thermes, où la température est agréable.

Caldarium: C'est la salle la plus chaude du bain.

Laconium : C'est une salle très chaude et petite de dimension

Apodyterium : C'est une salle qui se situe normalement à côté des entrées et fonctionne comme vestiaire.

Frigidarium : C'est un petit bassin d'eau froide utilisée par les Grecs qui se transforme ici en une énorme piscine Extérieure.

---

<sup>1</sup> Filipe Quinta Moreno, « Histoire des Thermes et du Thermalisme », mars 2008, in

« <http://www.montbrunlesbainsofficeedutourisme.fr/no78-histoire-des-thermes-et-du-thermalisme.html>

<sup>2</sup> Pour plus de détails, voir: <http://foradu.free.fr/GRECEANTI.QUE/turquie/ephesa/ephesa13.htm>

Elle permet aussi, dans le domaine de la beauté, d'éliminer des calories et d'atténuer la cellulite et l'obésité.

### 2.3.3 L'Aquathérapie

C'est un terme utilisé par quelques centres qui essaient de se différencier en utilisant un mot qui fait chic. L'aquathérapie désigne une méthode thérapeutique qui utilise les vertus de l'eau. Il s'agit d'une technique d'accompagnement dans l'eau et autour de l'eau amenant la personne à développer, à découvrir ses potentialités physiques et/ou psychiques.

Il s'agit de rééduquer des patients blessés ou atteints de maladies chroniques en leur évitant l'impact de leur poids sur leurs articulations occasionnées par des techniques traditionnelles hors de l'eau.

### 2.3.4 Le SPA

En Latin, c'est la santé par les eaux. Ce concept qui n'est pas encore clairement défini entraîne une confusion dans l'esprit du consommateur qui tend à mélanger tous les soins apportés par l'eau. SPA est le mot qu'utilisent les anglo-saxons pour désigner la balnéothérapie. Mais, il s'agit d'un centre destiné à la régénération et au repos où l'on trouve notamment des soins apportés par l'eau, des massages... dans une atmosphère particulière (ambiance calme, senteurs, musique douce). Bref, c'est un lieu qui véhicule des notions de luxe et d'exotisme.

Ainsi, quoique les quatre types du thermalisme se distinguent de par leurs soins, leurs techniques, leur environnement, ils ont cependant un but commun qui est de soulager, recharger et revitaliser le corps et l'esprit grâce aux bienfaits d'une eau qui présente des caractéristiques essentielles à la vie de nos cellules. <sup>1</sup>

## 2.5 Le thermalisme et le développement durable

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, « *le tourisme durable doit faire un usage optimal des ressources environnementales qui sont un élément clé du développement du tourisme, en préservant les processus écologiques essentiels et en contribuant à la conservation des ressources naturelles et de la biodiversité; respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leur patrimoine culturel bâti et vivant, ainsi que leurs valeurs traditionnelles, et contribuer à la tolérance et à la compréhension interculturelles; [et il doit] garantir des activités économiques viables à long terme en apportant à tous les acteurs des retombées socio-économiques équitablement*

---

<sup>1</sup> Boughalali M, 2003, **Thermalisme et thalasso-thérapie en Algérie**, communication, Revue la Presse thermique et climatique 2003, Société française d'hydrologie et de climatologie médicale, 2003.



## CHAPITRE 01: CONCEPTS DE BASE SUR LE TOURISME ET LE THERMALISME

---

*réparties, notamment des possibilités d'emploi et de revenus stables, des services sociaux aux communautés d'accueil, et en contribuant à la lutte contre la pauvreté ».<sup>1</sup>*

Pour Lozato-Giotart et Balfet<sup>2</sup>, le tourisme durable serait *« un tourisme soucieux de respecter l'environnement, répondant aux besoins des loisirs humains, tout en protégeant et en conservant les milieux d'accueil, sans négliger pour autant les nécessités économiques et socioculturelles de tous les acteurs concernés par les activités touristiques ».*

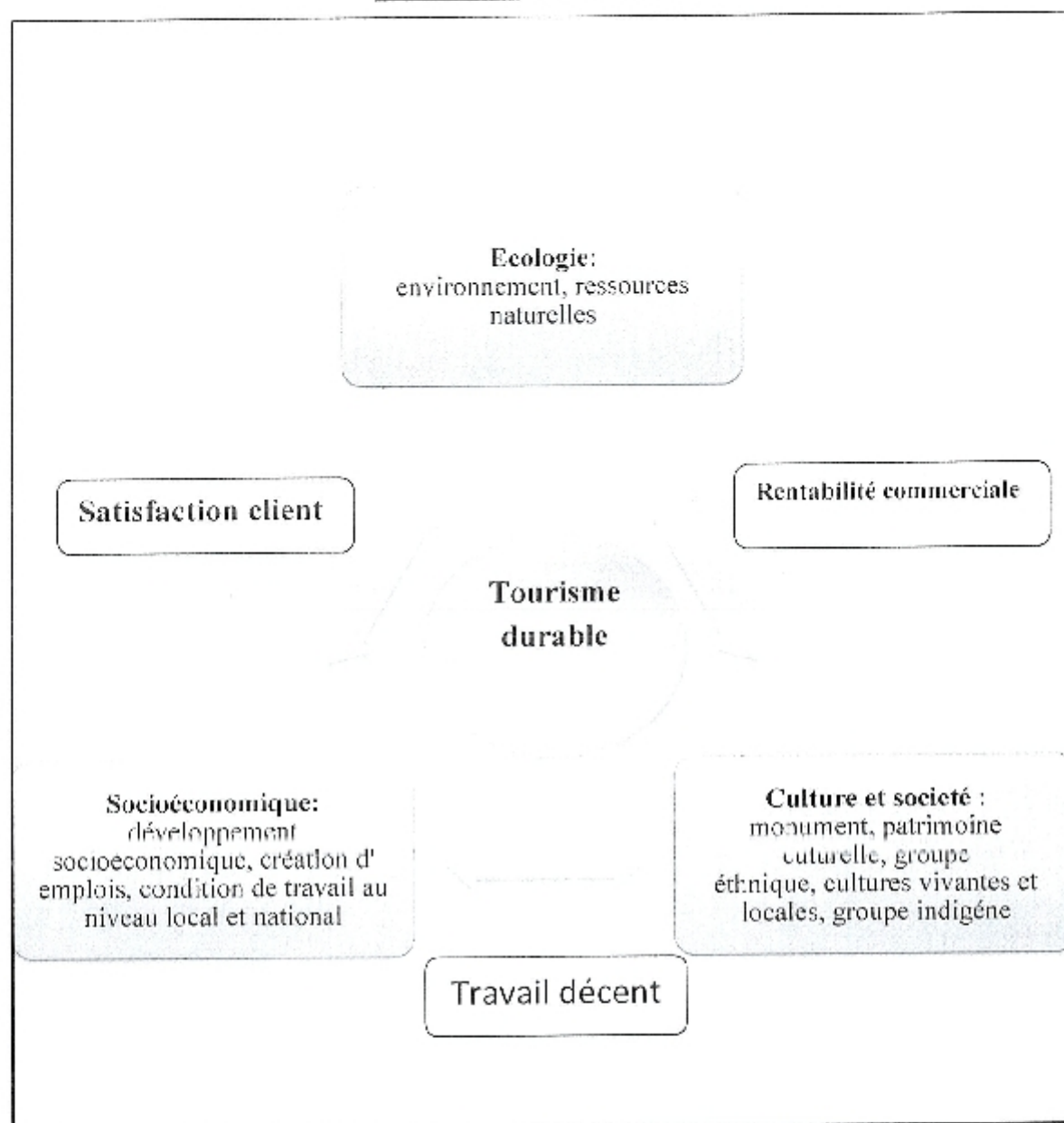
Le tourisme thermal durable est un développement touristique qui associe à la fois la notion de durée et celle de pérennité des ressources naturelles liées aux thermes (eaux minérales, air, sol, diversité biologique) et des structures sociales et humaines. En effet, il a pour vocation d'être un facteur de prospérité au niveau local en optimisant l'apport de l'activité touristique liée à l'exploitation de ces sources minérales à la prospérité économique du lieu de destination, notamment le montant des dépenses des visiteurs touristes qui revient aux populations locales. Il devrait être source de recettes et d'emplois décents pour les travailleurs, sans nuire à l'environnement ni à la culture du lieu de destination et garantir la viabilité et la compétitivité de ces sites et de leurs entreprises, de telle sorte que ceux-ci puissent continuer de prospérer et de dégager des bénéfices sur le long terme.

---

<sup>1</sup>OMT et PNUE, *Vers un tourisme durable-Guide à l'usage du décideur*, PNUE-OMT, Genève, 2005.

<sup>2</sup>Lozato-Giotart J.P., Balfet M., *Management du tourisme : les acteurs, les produits, les marchés et les stratégies*, Pearson, Paris, 2004.

Figure N°01 : Tourisme durable



**Source:** Langenfeld K., **Tourism and Sustainable Development**, GTZ, Sector Project, ITB Convention, Berlin, 2009.

Le développement touristique durable s'inscrit dans le cadre de la mise en place d'une planification qui, du point de vue touristique, a pour but d'éviter des atteintes pouvant remettre en cause les fondements même du développement, telles que : la dégradation des écosystèmes et des sources naturelles, la remise en cause du patrimoine culturel, les bouleversements des traditions et des modes de vie.

### Section 03: Le thermalisme en Algérie

Les traces retrouvées dans les stations thermales remontent à l'époque romaine. En effet les romains accordaient une importance très particulière aux sources thermales, très souvent ils construisirent leurs sites autour de ces sources, comme c'est le cas pour les sites suivants: AquaeMauretaniae Césarienne (Hammam Righa) ; AquaeSirenses (Hammam Bouhanifia) ; AquaeChibilitaNae (Hammam Meskoutine).

Les sources thermales furent aussi bien exploitées par les arabes, en effet très souvent des sources portent le nom d'un marabout qui a vécu dans la région comme hammam Bouhadjar qui doit son nom au marabout Sid Ahmed Bouhadjar qui a vécu dans la tribu des Ouled Bouhadjar avant la colonisation française et dont le mausolée est situé au Sud-est de la ville de Hammam Bouhadjar.

Les Turcs aussi très amateurs des bains chauds construisirent dans les villes plusieurs bains avec des installations permettant le stockage de l'eau de source.

Pendant l'époque coloniale les français construisirent des hôpitaux thermaux autour des sources pour y soigner les blessés et convalescents. Aujourd'hui comme dans le passé les stations thermales sont très sollicitées par les algériens pour divers traitements d'ordre rhumatologique, dermatologique et physique.<sup>1</sup>

#### 3.1 Les indicateurs du tourisme algérien

On va présenter quelques tableaux qui vont illustrer un peu l'image de l'industrie touristique et leur interprétation économique.

**Tableau N° 04 : Evolution de l'emploi dans le secteur du tourisme**

Année	2009	2010	2011
Nombre	320.000	396.000	420.000
Taux de croissance	5.66%	7.94%	8.6%

**Source:** Office nationale de la statistique (Algérie)

Ce tableau fait ressortir qu'il y a une évolution dans le nombre d'employés d'une année à l'autre, mais il reste critique vue d'autres pays comme la Tunisie et le Maroc.

<sup>1</sup>Doughalali M, Op.cit

**Tableau N° 05 : Evolution de la part du secteur de tourisme dans le PIB**

Année	2007	2008	2009
Part du tourisme dans le PIB	1.7	2.05	2.3

Source: Office nationale de la statistique (Algérie)

D'après le tableau précédent, nous remarquons que la part du secteur du tourisme dans le PIB est faible avec un taux de croissance ne dépasse pas le 0.5 %.

**Tableau N° 06 : La balance de paiement (million USD)**

Année	2006	2007	2008	2009
Recettes du tourisme récepteur	215.3	218.9	300	330
Dépenses du tourisme émetteur	380.7	376.7	394	470

Source: Banque national d'Algérie

D'après le tableau, nous remarquons que les dépenses du tourisme émetteur plus que les recettes du tourisme récepteur, qui indique que l'Algérie est un pays émetteur des touristes plus que récepteur des touristes.

**Tableau N° 07: Évolution des entrées aux frontières des touristes par pays de Provenance**

Année	2007	2008	2009	2010	2011
Total des étrangers	511 188	556 697	655 810	654 987	901 642
Algériens résident à l'étranger	1 231 896	1 215 052	1 255 696	1 415 509	1493 245
Total général	1 743 084	1 771 749	1 911 506	2 070 496	2 394 887

Source: Office nationale de la statistique (Algérie)

Ce tableau fait ressortir que le tourisme est en permanente évolution, malgré le taux est critique par rapport le patrimoine algérien. L'Afrique est actuellement le premier marché générateur de touristes, émettant vers l'Algérie suivi de l'Asie et l'Amérique.

### 3.2 État de lieu

En vue de mieux comprendre le fonctionnement de l'activité thermale en Algérie, il va falloir faire une étude des dimensions thermales existantes.

#### 3.2.1 Les dimensions

##### A. Les sources thermales de l'Algérie

Il existe sur le territoire algérien plus de 200 sources thermales d'après les études réalisées à ce sujet, ce nombre croît régulièrement quand on se déplace vers l'Est. Les températures mesurées à l'émergence varient de 19°C à Ben Haroun à 98 °C à Hammam Meskoutine. La

## CHAPITRE 01: CONCEPTS DE BASE SUR LE TOURISME ET LE THERMALISME

minéralisation des eaux est déterminée surtout par la nature chimique et minéralogique des sédiments qu'elles traversent.

Les sources thermales les plus minéralisées sont en relation directe avec les sédiments gypso-salins du Trias si répandu en Algérie<sup>1</sup>, ce cas est rencontré à titre d'exemple à Hamtram Melouane 29.42gr/l, Hammam El Biban 15gr/l, Hammam Salhine 9 gr/l.

### B. Les stations thermales médicalisées

Parmi les nombreuses stations thermales qui existent en Algérie, huit seulement sont médicalisées. Il s'agit des stations thermales : Hammam Bouhanifia (Mascara), Hammam Bouhadjar (Ain-Temouchent), Hammam Boughrara (Tlemcen), Hammam Rabbi (Saida), Hammam Righa (Ain Defla), Hammam Guergour (Sétif), Hammam Salhine (Biskra), Hammam Meskoutine (Guelma). Ces stations thermales sont gérées par la Société Algérienne de Thermalisme et sont conventionnées avec les différentes caisses de sécurité sociale (CNAS, CASNOS, caisse militaire).<sup>2</sup>

Les établissements disposent de structures d'accueil et d'équipements adéquats ainsi qu'un encadrement médical et paramédical qualifié pour prodiguer des soins basés sur des méthodes scientifiques de la crénothérapie aux différents malades et curistes. Les autres stations thermales éparpillées à travers le territoire national enregistrent par contre un déficit dans les infrastructures d'accueil, elles sont surtout sollicitées par les curistes pour les bains thermaux traditionnels.

#### • Hammam Boughrara

Hammam Boughrara est situé à 282 mètres d'altitude à l'extrême Ouest du pays, sur les bords de l'Oued Tafna à proximité de la ville frontalière de Maghnia. Dans une zone essentiellement agricole avec un centre commercial et des équipements de loisir et de soins. La station thermale de hammam Boughrara est mise en exploitation en 1974, ses eaux sulfatées et bicarbonatées sodiques, émergent à une température de 45°C. Les indications thérapeutiques sont d'ordre rhumatologique, dermatologique, gynécologique et respiratoire. Les techniques thermales consistent en des bains simples, bains carbo gazeux, bains locaux, douches au jet, auxquelles s'ajoutent des soins complémentaires : thermothérapie (infrarouges et applications de paraffine), électrothérapie, massage à sec.

<sup>1</sup>Gigue S., 1947, "Les sources thermo minérales de l'Algérie", Etude géochimique, Bulletin du service de la carte géologique de l'Algérie, série 3, volume 2.

<sup>2</sup>Boughalali M., 2003, "Thermalisme et thalassothérapie en Algérie", communication, Revue la Presse thermale et climatique 2003, pp 140,165. Société Française d'hydrologie et de climatologie médicale, 2003.

- **Hamman Bouhadjar**

Hamman Bouhadjar est situé 21 Km de la ville d'Aïn Témouchent, s'élève sur une altitude de 150 mètres et s'étend au milieu des vignobles et d'oliviers sur une superficie de 603 240 m<sup>2</sup>.

La station thermale est mise en exploitation en 1974, on y dénombre une quarantaine de sources en majorité chaudes, entre 35 et 72°C. Les eaux chaudes et sulfureuses jaillissent des entrailles de la roche appelées «Dracones».

Les indications thérapeutiques principales sont les rhumatismes et les séquelles de traumatismes ostéo-articulaires qui regroupent 85% des curistes.

Qualité de ses eaux : Eaux Chlorurées Sodiques (70 ° C).

- **Hamman Bouhanifia**

Géographiquement, hamman Bouhanifia est situé à 25 Km au Sud-ouest de Mascara, il s'étale dans un paysage sauvage dans le Tell oranais sur les bords de l'Oued El Hamman. La station thermale qui n'est qu'à 230 mètres d'altitude est entourée de montagnes culminant à 800 mètres. Grande station thermale, Bouhanifia est aménagée dans un îlot de verdure et de fraîcheur, le climat est sec et l'atmosphère saturée des émanations gazeuses des sources qui l'entourent. Les eaux thermales jaillissent à des températures entre 20 et 70°C.

Reconnues d'utilité publique, les eaux de hamman Bouhanifia sont répertoriées par les spécialistes comme étant des eaux hyperthermales, thermales, chloro-sulfatées ayant un débit de 23 l/s. Bien que chaudes, les eaux de Bouhanifia sont agréables à déguster d'autant plus qu'elles tiennent en dissolution une grande quantité de gaz carbonique qui les rend éminemment digestibles.

Les principales maladies traitées sont le rhumatisme dégénératif (arthrose), le rhumatisme inflammatoire chronique, les séquelles de traumatisme et tous les autres cas liés aux problèmes de la sphère (ORI).

- **Hamman Rabbi**

La station thermale de hamman Rabbi est située à 20 Km de la ville de Saïda sur l'axe Saïda – Oran, logé dans un site d'une beauté saisissante, la station thermale de Hamman Rabbi est mise en exploitation en 1970, son eau a des origines profondes et arrive en surface sous pression à une température moyenne de 40°C et un débit moyen de 8 l/s.

Les eaux thermales de hamman Rabbi traitent les affections en : Dermatologie, douleurs rhumatismales aiguës, articulaires, fièvres anémiques, affections entanées et respiratoires.

- **Hamмам Righa**

Hammam Righa est situé à 100 Km au Sud-ouest d'Alger dans la wilaya de Ain-Defla à une altitude de 525 mètres. Il se trouve dans une région verdoyante et boisée appréciée pour ses qualités climatiques.

Les installations sanitaires et les équipements de loisir font de lui un lieu de bien être privilégié pour les curistes.

En 1934, la station comprenait un hôpital militaire et plusieurs établissements environnants. L'hôpital est alimenté par neuf sources dont le débit total est de 15 l/s. Les eaux sont sulfatées calciques hyperthermales (54 °C). Les techniques de cure sont classiques : balnéation générale et locale, douches au jet et affusions, massages sous l'eau, mésothérapie à sec, électrothérapie, rééducation et enveloppements de paraffine.

- **Hamмам Guerguour**

La station thermale de Hammam Guerguour est située à 60 Km au Nord-Ouest de Sétif à la sortie des gorges traversées par l'Oued Boussellem, dominée notamment par le Djebel Kraïm el-Rar et le Djebel Tafat culminant à plus de 700 mètres d'altitude.

Les études physico-chimiques faites à diverses reprises ont toutes conclu à la radioactivité des eaux thermales et minérales, elles sont classées au 1er rang en Algérie et au 3ème rang mondial après les bains de Brembach (Allemagne) et les bains de Jachimov (Tchécoslovaquie), son taux de radioactivité est de 122 milli microcuries/l. Elles se placent par leur composition chimique dans le groupe des eaux sulfatées-calciques et chlorurées sodiques dont les eaux sont hyperthermales à une température avoisinant les quarante-quatre degrés.

Dans le cadre du développement du tourisme thermal en Algérie, le gouvernement décida la construction d'un complexe thermal au milieu des années soixante-dix au niveau d'un ancien site romain qui surplombe le village de Hammam Guerguour sur une superficie de 14 hectares. Il fut inauguré le 20 juin 1987.

Aujourd'hui la station thermale de hammam Guerguour accueille des curistes pendant toute l'année pour des soins rhumatologiques et neurologiques, elle ne cesse de prendre de l'ampleur et de l'estime auprès de toutes les personnes qui s'y rendent.

- **Hamмам Debagh (Meskoutine)**

Hamмам Debagh est situé à l'Est Constantinois, à 110 Km de Constantine et 20 Km de Guelma, son site qui se trouve à 320 mètres d'altitude est particulièrement surprenant au sein de collines et montagne boisées, à proximité de cascades solidifiées à l'aspect lunaire.

## **CHAPITRE 01: CONCEPTS DE BASE SUR LE TOURISME ET LE THERMALISME**

---

La source de Hammam Debagh est la plus florissante de l'Algérie et ses eaux sont les plus chaudes. Il existe neuf sources hyperthermales dont la température de l'eau varie entre 90 et 98°C. le débit total des sources actuelles n'est pas inférieur à 55 l/s.

Les eaux sont d'une nature saline, avec une odeur sulfureuse, leurs faciès chimique est bicarbonaté calciques, chloruré sodique, radioactives, avec dégagement d'hydrogène sulfuré. Les indications sont prioritairement rhumatologiques mais aussi respiratoires (ORL et bronches).

- **Hammam Salhine**

Hammam Salhine est situé dans la commune d'El Hamma, à 8 Km de Biskra et à 140 mètres d'altitude, cette localité se caractérise par un climat sec. Situé dans une région forestière au climat particulier, Hammam Salhine est fréquenté par de nombreux curistes, il enregistre jusqu'à 700 000 visiteurs par an. Il a été aménagé le 20 Septembre 1988 sur la base de l'ancienne source. La température des eaux avoisine 70 °C, elles sont sulfurées et chlorurées sodiques avec un débit de 65 l/s. leur composition chimique leur confère des thérapeutiques indiquées pour les maladies rhumatismales, respiratoires et dermatologiques.

### **3.3.2 Fréquentation thermique en Algérie**

Au cours des dernières années, la destination touristique vers le tourisme thermal de plus en plus augmenté. Selon l'ONS, les principales fréquentations thermales pour l'année 2013, sont comme suit :



**CHAPITRE 01: CONCEPTS DE BASE SUR LE TOURISME ET LE THERMALISME**

**Tableau N° 08: Fréquentation thermal en Algérie 2013**

Wilaya	Assurés sociaux	Convention	Libre	Simple baignades	Curistes étrangers	TOTAL
Tisse silt	0	0	664	80388	30	81082
Aindefla	708	542	25561	481762	0	568573
Buira	0	0	0	55379	0	55379
Tlemcen	6444	14285	13153	247603	36	281521
Ain Timouchent	20613	9172	6943	758	15	37501
Beskra	28185	13133	18707	95692	243	157957
Stif	1116	23793	62591	4 0728	278	498503
Mila	0	0	735	202463	0	203198
Guelma	8055	6230	163528	598218	51	776082
Mascara	0	0	5323	4293	154	9770
Oran	0	0	83	23944	0	24027
Borj-Bouaridje	0	0	0	3644	0	3644
Saida	33530	23315	4267	16710	55	77877
Ghardaïa	0	0	0	841	0	841
<b>TOTAL</b>	<b>98651</b>	<b>90464</b>	<b>301555</b>	<b>2222368</b>	<b>862</b>	<b>2713900</b>

**Source :** Office national des statistiques

De cet effet la, la fréquentation des touristes augmente d'une année à l'autre avec une croissance plus de **267 594** touristes entre **2012** et **2013** avec un taux de croissance plus de **9%**. Et depuis ses dernières années Guelma situé dans la première classe avec une fréquentation élevée plus de **776082** touristes en 2013, qui présente **28.59%** du marché national du tourisme thermique.

3.3.3 Les établissements thermaux de la wilaya de Guelma

**Tableau N° 09 : Les établissements thermaux de la wilaya de Guelma**

NOM DE L'ETABLISSEMENT	Commune
COMPLEXE THERMALE HAMMAM EL CHELLALA	HAMMAM DEBAGH
HAMMAM EL BARAKA	HAMMAM OULED ALI
COMPLEXE THERMALE BOUCHAHRINE (hammam el nakhla)	HAMMAM OULED ALI
HAMMAM BEN NADJI	HAMMAM DEBAGH
HAMMAM KHERCHICHE	HAMMAM DEBAGH
HAMMAM TAHAR	HAMMAM NBAYEL
HAMMAM GUERFA	AIN LARBI
COMPLEXE EL MANAR (HAMMAM EL SAKHRA)	HAMMAM OULED ALI
HAMMAM OULED ALI	HAMMAM OULED ALI

**Source :** Office nationale des statistiques

Selon l'ONS, Guelma est actuellement le premier marché générateur de tourisme thermal. il compte 3 stations thermales, et des bains traditionnels (hammam) réparties à travers les communes de Hammam Debagh, Héliopolis, Hammam Nbaïel et Ain el arbi mais dont certaines demeurent inexploitées. L'ensemble de ces stations a un débit dépassant les 190 l/sec, avec en tête celle de Hammam Debagh.

### Conclusion

Nous savons bel et bien que le concept « Tourisme » signifie le fait de voyager dans, ou de parcourir pour son plaisir, un lieu autre que celui où l'on vit habituellement, ce qui peut impliquer la consommation d'une nuitée auprès d'un hôtel, la distraction dans des foires, des salles de jeux, ...etc.

Et quand on se déplace pour exploiter les eaux des sources minérales on est obligé incessamment de prendre un repas ou passer la nuit dans une station thermale ou un hôtel ou dans une auberge.

Et ce déplacement peut être qualifié soit d'« infligé » soit de « libre ».

Ainsi, pour tirer davantage profit de la présence des « Visiteurs – Touristes » et exploiter de plus en plus la source thermale, je tiens pour installer ou faire installer les équipements nécessaires et diversifier les offres touristiques : station thermale, cafés, restaurants, hôtels fera l'objet de notre travail.

# **CHAPITRE 02**

## **Elaboration du projet: Station thermale**

Section 01 : Prétention de l'idée du projet et du promoteur

Section 02 : Étude de faisabilité

Section 03 : Plan d'affaires

### Introduction

*«Un rêve transformé en réalité, c'est un autre rêve».* Jérémie Garde

Cette citation montre que le rêve est toujours sans limite, il donne naissance à d'autres horizons, c'est une citation qui décrit le choix de mon projet, il faut avoir confiance en soi et rendre le rêve réalisable. Il est temps de changer nos rythmes et notre vie, il est temps de penser d'exploiter un projet qui explique ma personnalité. Une station thermale à HAMMAM DEBAGH qui renouvelle et revit votre vie.

On a donc commencé de réaliser une étude concernant ce sujet. À la première section: Etude de faisabilité. En premier lieu nous avons étudié les concurrents, leurs pénétrations dans le marché Algérien plus précisément le marché Guelmois, les prix pratiqués et leurs stratégies de communications.

En deuxième lieu nous étudierons la demande. On a recouru à un questionnaire qui nous a permis d'identifier la clientèle cible, leurs motivations, leurs idées du prix optimal.

Enfin il s'agit de la stratégie marketing adoptée, présentation du logo et slogan, une description de la situation géographique de notre station thermale et de l'architecture intérieure. En dernier lieu nos services proposés, nos besoins en ressources humaines et la stratégie de communication et de distribution.

La deuxième section sera consacrée pour l'étude financière. Nous étudierons les ventes, les achats, les frais généraux, les investissements, les amortissements, l'emprunt, l'autofinancement et les prévisions des charges du personnel. Finalement on met l'accent sur, les besoins en fonds de roulements, les prévisions des résultats et la valeur actuelle nette VAN.

Dans la troisième section nous étudierons la forme juridique de notre station thermale, les raisons, les avantages ainsi que le statut et le cahier de charge.

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

---

### → Hammam DEBAGH

Situation : situer à 20 km de Guelma, à 320 m d'altitude.

Sources chaudes: Il existe neuf sources d'eaux hyperthermales (97° C), bicarbonatées calciques, chlorurées sodiques, arsenicales, radioactives, avec dégagement d'hydrogène sulfuré.

Les indications sont prioritairement :

-La rhumatologie mais aussi respiratoire (ORL et bronches).

Les pratiques thermales : associent bains et baignoire, en piscine ou en couloir de marche, bains locaux, massages sous l'eau et soins complémentaires (électrothérapie, ultrasons, infrarouges et cataplasmes de paraffine).

Les pratiques thermales associent la baignation et les douches aux techniques ORL (inhalations, aérosols, pulvérisations...)

Les soins complémentaires utilisent les techniques de physiothérapie et les protocoles de rééducation fonctionnelle.

#### 2.1.1.2 Les concurrents au niveau de la wilaya

##### A. Listing des concurrents

Les neuf stations thermales exercent leur activité à Guelma illustrées par le tableau suivant:

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

**Tableau N° 13 : Les stations thermales médicalisées et les bains traditionnels au niveau régional**

	SOURCE	COMMUNE	NOM DE L'ETABLISSEMENT	PROPRIETE
01	CHIEDAKIA	HAMMAM DEBAGH	COMPLEX HAMMAM CHELLALA	EGT Annaba
02	EL BARAKA	OULED ALI	COMPLEXE LES DELX PALMIERS	Privé
03	ESSAKHRA	OULED ALI	COMPLEXE EL MANAR	Privé
04	EL NAKHLA	OULED ALI	COMPLEXE THERMAL BOUCHAHRINE	Privé
05	KHERCHICHE	HAMMAM DEBAGH		COMMUNE
06	TAHAR	HAMMAM NBAYEL		COMMUNE
07	GUERFA	AIN LARBI		COMMUNE
08	BEN NADJI	HAMMAM DEBAGH		COMMUNE
09	OULED ALI	OULED ALI		COMMUNE

**Source :** Direction du tourisme et de l'artisanat Guelma

D'après le tableau, La wilaya de Guelma a le privilège d'abriter une dizaine de sources thermales domiciliées dans les localités de Hammam Debagh, Heliopolis, Aïn Larbi et Hammam N'baïls.

Les plus réputées parmi ces sources sont celles de Hammam Debagh (ex-Hammam Maskoutaine), distante d'une vingtaine de kilomètres du chef-lieu de wilaya, suivi PAR Hammam Ouled Ali, distante d'une quinzaine de kilomètres de la ville.

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

D'après le tableau N°14, il y a quatre concurrents potentiels, trois à Hammam Debagh et une station à Aïn Larbi.

**Tableau N° 14 : Les concurrents potentiels (les stations thermales médicalisées et les bains traditionnels) au niveau régional**

	SOURCE	COMMUNE	NOM DE L'ETABLISSEMENT	PROPRIETE
01	BELHACHANI	AIN LARBI	MENBAA AIN BELHACHANI	Privé (en cours)
02	AIN CHIFAA	HAMMAM DEBAGH	EURL MANBAA AIN CHIFAA	Privé (en cours)
03	AIN CHIFAA	HAMMAM DEBAGH	CENTRE DE REPOS EL MOUDJAHIDINE	CONCESSION
04	AIN CHEFFA	HAMMAM DEBAGH	COMPLEXE TOURISTIQUE DJIHANE	Privé (en cours)

**Source :** Direction du tourisme et de l'artisanat Guelma

### B. Caractéristiques des concurrents au niveau wilaya

#### → Complexe EL BARAKA

Source thermale: el baraka, les eaux émergent à 57°de température avec un PH de 7.8.

Sources chaudes: Les eaux sont d'une nature saline, avec une odeur sulfureuse. leurs faciès chimique est :

**Tableau N° 15 : Caractéristiques d'eau (Complexe el baraka)**

Sulfates : 300 mg/l	Bicarbonates : 370 mg/l
Magnésium : 19 mg/l	Potassium : 05 mg/l
Calcium : 224 mg/l	Sodium : 40 mg/l

**Source :** Document interne du complexe el baraka

Elles sont vertus réputées pour les affections suivantes:

- Affections rhumatismales (arthropathies) ;
- Affections neurologiques (polynévrites) ;
- Affections neuropsychiatriques ;
- Traumatismes (séquelles) ;
- Respiratoires (asthme, DDB, bronchite chronique) ;
- Dermatologiques (psoriasis) ;
- ORL (sinusite-rhino-pharyngite).



## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

---

### → Complexe BOUCHAHRINE

Source thermale: El nakhla, les eaux émergent à 57° de température.

#### Sources chaudes:

Les eaux sont d'une nature saline, avec une odeur sulfureuse, leurs faciès chimiques, les indications sont :

- ORL (sinusite-rhino-pharyngite),
- Rhumatologie,
- Neurologie.

### → Complexe HAMMAM CHELLALA

Source thermale: Chedakha

#### Sources chaudes:

Les eaux sont hyperthermales (97° C), bicarbonatées calciques, chlorurées sodiques, arsenicales, radioactives, avec dégagement d'hydrogène sulfuré.

Les vertus thérapeutiques des eaux de Hammam Chellala sont vivement recommandées dans le traitement de multiples pathologies :

- Les affections neurologiques ;
- Les troubles endocriniens ;
- Les affections respiratoires ;
- ORL ;
- Gynécologiques ;
- Les affections cutanées chroniques.

#### 2.1.1.3 Politique tarifaire de la concurrence

Les différences du prix entre les stations thermales dépendent des critères précis comme la taille de la station, le nombre et le type des activités proposées ou de leur qualité et de la durée (cure de bien-être ou cure médicale).

##### **A. Le cas d'une cure médicale**

Une cure médicale est plus chère qu'une cure de remise en forme parce qu'elle implique d'abord une durée minimale de 03 semaines et elle fait intervenir des médecins, des soins médicaux et fréquemment des kinésithérapeutes.

Il faut avoir en premier pas l'accord de prise en charge (CNAS) ou l'accord préalable (CASNOS), il s'agit donc de la prise en charge, ou tout simplement payer la totalité sans prise en charge de ces dernières.

Une consultation médicale doit être faite. Le médecin choisit la station convenable selon la maladie du curiste et remplit le formulaire qui doit être remis au bureau.

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

### B. Le cas d'une cure de remise en forme ou de bien-être

Dans le cadre d'une cure de remise en forme, pas de prise en charge par CNAS ou CANOS, les tarifs varient selon les soins comme l'antistress et le paiement se fait sur place au comptant.

Les prix des services offerts (Hammam, Piscine à eau thermale, hébergement, ...) par les principaux concurrents dans le tableau suivant :

**Tableau N° 16 : Comparaison des prix des concurrents de Guelma**

<b>Service</b>	<b>Complexe HAMMAM DEBAGH</b>	<b>Complexe EL BARAKA</b>	<b>Complexe BOUCHAHRINE</b>
- Hammam à Eau Thermal simple	200DA /30min	200DA/30min	200DA/30min
Hammam à Eau Thermal simple	300DA/30min	/	/
Hammam à Eau Thermal complexe	500DA/30min	/	/
Piscine à eau thermal	4000DA/2 H	/	/
Soin complet	1500 DA/jour	1000 DA	/
Cure libre +bungalow individuel	21200 DA/jour	/	/
Cure libre +bungalow collective	42545 DA/jour	/	/
Bungalow individuel	5554 DA/ nuit	/	/
Bungalow moyen	7574 DA/ nuit	7000 DA/ nuit	7600 DA/ nuit
Bungalow grand	9 090 DA/ nuit	8000 DA/ nuit	9700 DA/ nuit
Chambre single	4040 DA/ nuit	3200DA/ nuit	/
Chambre double	6060 DA/ nuit	4000 DA/ nuit	4300 DA/ nuit
Chambre triple	7070 DA/ nuit	4800 DA/ nuit	/
Massage de relaxation	/	600DA/30 min	600DA/30min
Paraffine	/	100 DA	/
Jet a eau	/	100 DA	/
Fitness	/	200DA/60min	/
Piscine	/	200 DA	Pour résident
Applications	/	/	

**Source :** Travail personnel.

#### 2.1.1.4 Politique de distribution de la concurrence

Les informations nécessaires et la réservation peuvent être faites par les moyens classiques de communication: le téléphone, le fax et se rendre sur place, ou par le site internet pour le cas de la station thermale BOUCHAHRINE.

## **Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale**

---

On pense que le site internet de la station thermale de BOUCHAHRINE est le plus fréquent et le plus précis. en effet le site est bien organisé et planifié. toutes les informations nécessaires sont disponibles. il offre à sa clientèle une visite virtuelle accompagnée des photos bien détaillées, possibilité de réservation.

Malgré l'existence des divers moyens de communication la majorité des clients prennent connaissance de l'existence d'une station thermale à travers (bouche à oreille) ce qui met l'accent sur la responsabilité de l'office national du thermalisme concernant le suivi et d'introduire ces centres, on a remarqué qu'il y'a un manque d'information au niveau du site de ce dernier et beaucoup des informations sont fausses en réalité et manque de mise à jour.

### **2.1.1.5 Synthèse de profils de la concurrence**

Le tableau n° 17 montre la synthèse de notre étude de la concurrence, et illustre le profile et la politique des principaux concurrents.

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

**Tableau N° 17 : Profil et politique commerciale de la concurrence (Points forts et faibles)**

Les concurrents	Points forts	Points faible
<b>COMPLEXE HAMMAM CHELLALA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Champêtre de 20 hectares.</li> <li>-Grande capacité d'accueil (Hôtel, Bungalow, 3 Bains, 4 Restaurants, 3 Cafeterias, 3 Parkings).</li> <li>-Gamme élargie des services (Cure Médicalisé).</li> <li>-Conventionné avec plusieurs entreprises publiques.</li> <li>-Longue expérience.</li> <li>-Caractéristique de la source thermale impressionnante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Prix élevé.</li> <li>-Moyennes conditions d'accueil et relations de confiance.</li> <li>- Qualité de service dégradable.</li> <li>-Manque de politique de formation.</li> <li>-Main d'œuvre non qualifiée.</li> <li>-Qualité/prix non cohérent.</li> <li>-Manque d'animation et d'ambiance.</li> <li>- Mauvaise culture d'entreprise chez les employés.</li> <li>-Application curative ancienne.</li> </ul>
<b>COMPLEXE BOUCHAHRINE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Image de marque.</li> <li>-Capacité d'accueil.</li> <li>-Bonne politique de communication.</li> <li>- Grande champêtre.</li> <li>- Vertus thérapeutique varié.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Gamme étroite de service curatif.</li> <li>-Manque d'animation et d'ambiance.</li> <li>-Moyenne qualité de service.</li> </ul>
<b>COMPLEXE EL BARAKA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacité d'accueil.</li> <li>- Gamme élargie des services (cure médicalisé).</li> <li>-Grande champêtre.</li> <li>- Vertus thérapeutique varié.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Manque d'animation et d'ambiance.</li> <li>- Technique curative ancienne.</li> <li>-Moyenne qualité de service.</li> </ul>

**Source :** Travail personnel.

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

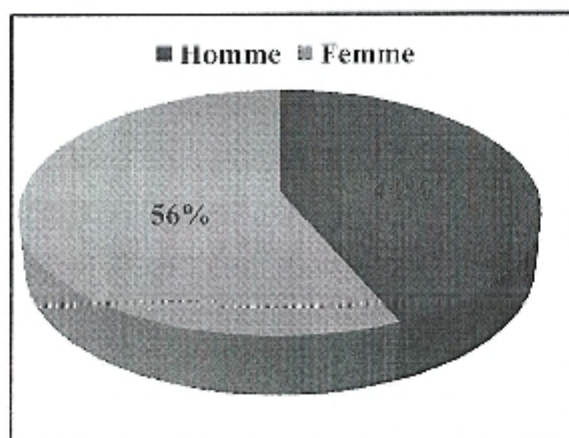
### 2.1.2 Etude de la demande

Cette étude est très importante pour définir la clientèle potentielle existante sur le marché et ses besoins. Afin d'étudier les besoins de nos clients on a créé un questionnaire concernant la demande composant de 14 questions (Annexe N°01) destinés aux citoyens locaux ainsi aux étrangers, la majorité des questions sont avec des choix multiples ou un seul choix sauf trois questions ouvertes. L'objectif de ce questionnaire est la détermination des critères essentiels dans le choix d'une station thermale, la détermination des cares préférées, enfin la détermination du prix satisfaisant la clientèle, et la politique de distribution et de communication.

Nous avons réalisé le choix d'une méthode d'échantillonnage aléatoire. Le questionnaire nous a abouti d'avoir 94 réponses qu'on va l'étudier si dessous.

#### 2.1.2.1 Les caractéristiques des personnes interrogées

**Graphique N° 02 : Genre des personnes interrogées**

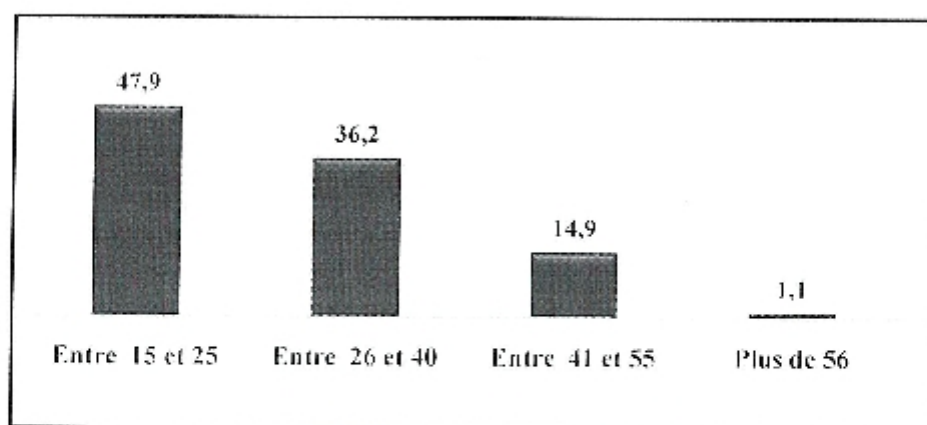


Source : Résultat de l'enquête

56% des personnes interrogées étaient des femmes contre 44% d'homme.

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

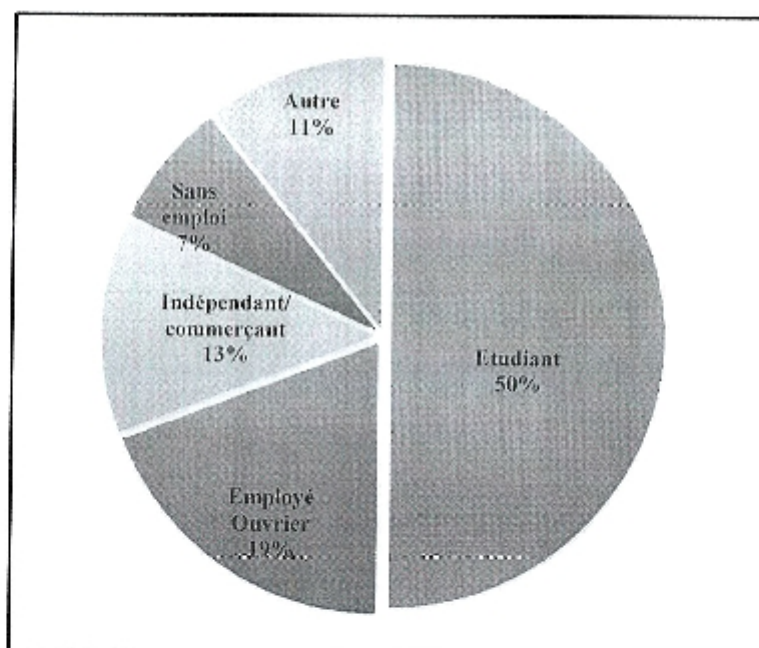
**Graphique N° 03 : Age des personnes interrogées**



Source : Résultat de l'enquête

47,9% des personnes interrogées étaient entre l'âge de 15 et 25ans, 36,2% entre 26 et 40ans, 14,9% entre 41 et 55ans, 1,1% plus de56ans.

**Graphique N°04 : Profession des personnes interrogées**



Source : Résultat de l'enquête

Pour la situation professionnelle 50% ont été des étudiants, 19% des employés/ouvrier, 13% demandeur indépendant/commerçant, 7% sans emplois, 11% autre.

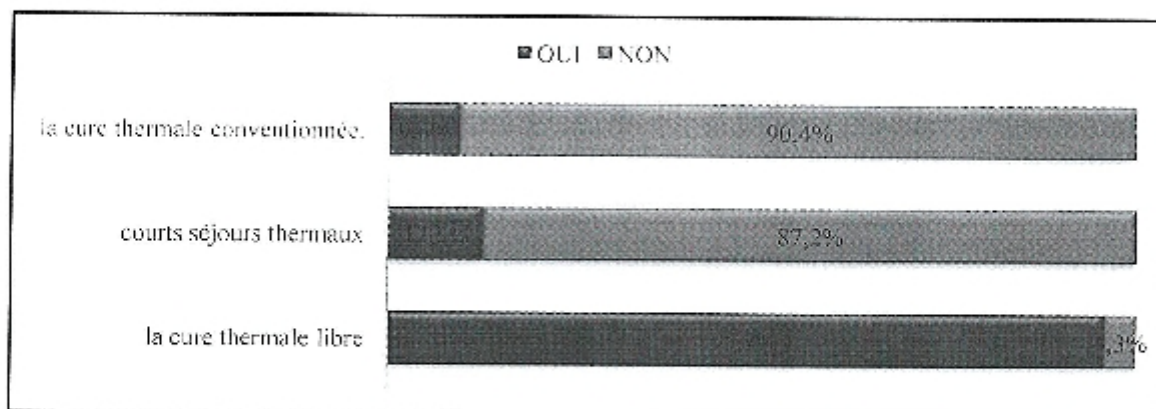
### 2.1.2.2 Analyses des motivations, choix et services d'une station thermale

Q4. Que pensez-vous de l'idée de la création d'une station thermale dans la région de Hammam Debagh.

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

Q6. Quels sont vos motivations pour rendre visite un centre thermal ?

**Graphique N°07 : Les motivations**

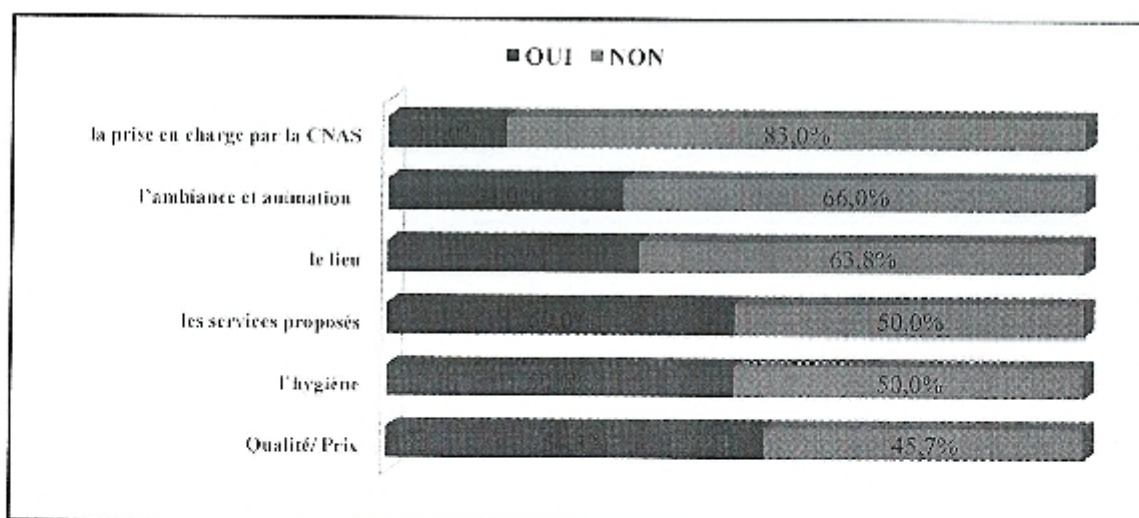


**Source : Résultat de l'enquête**

Les personnes interrogées ont préféré la cure thermique libre, et après les courts séjours thermaux et les formules découvertes, alors que la cure thermique conventionnée c'est la dernière motivation.

Q7. Quels serait pour vous le critère essentiel dans le choix d'une station thermale ?

**Graphique N°08 : Les critères de choisir d'une station thermale**



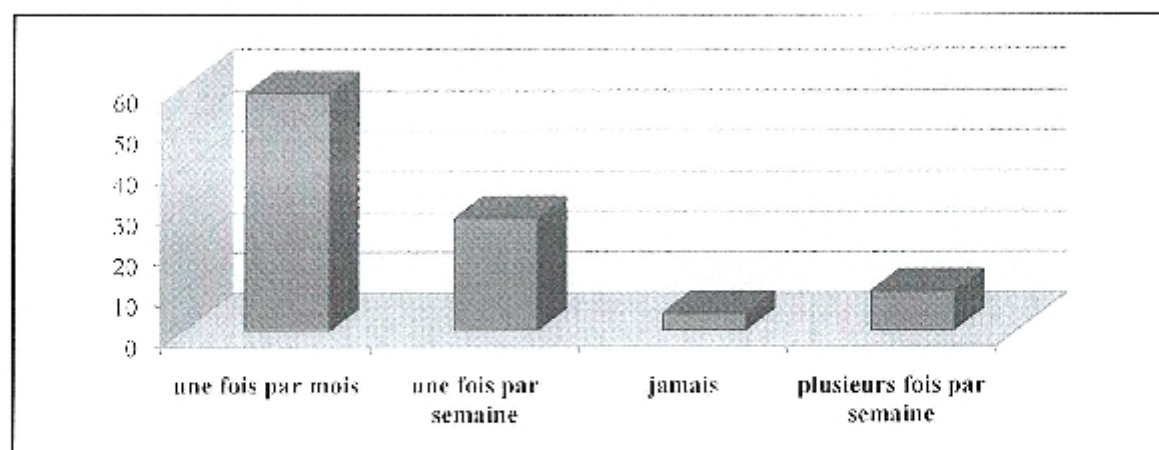
**Source : Résultat de l'enquête**

Les personnes interrogées ont classé les critères de choisir d'une station thermale comme suit: qualité/prix, l'hygiène, les services proposé, le lieu, l'ambiance et animation, et enfin la prise en charge de la CNAS.

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

Q8. À quelle fréquence profiteriez- vous d'une station thermale ?

**Graphique N°09 : Fréquentation d'une station thermale**

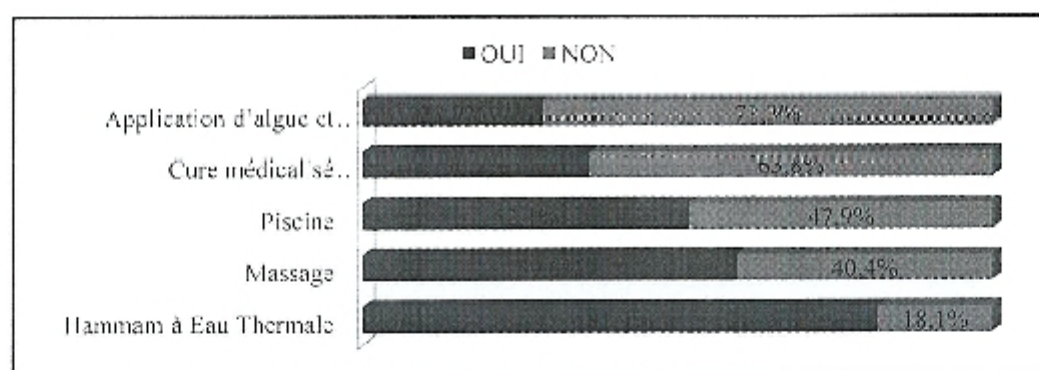


Source : Résultat de l'enquête

58.8% des personnes interrogées ont répondu par une fois par mois, 27.7% par une fois par semaine, 4.3% par jamais, 9.6% par plusieurs fois par semaine.

Q9. Quelles sont les activités dont vous aimeriez pouvoir profiter dans une station thermale ?

**Graphique N° 10 : Les activités souhaitables**



Source : Résultat de l'enquête

Les personnes préfèrent hammam à eau thermal, le massage, la piscine, la cure médicalisée et l'application d'algue et fitness.

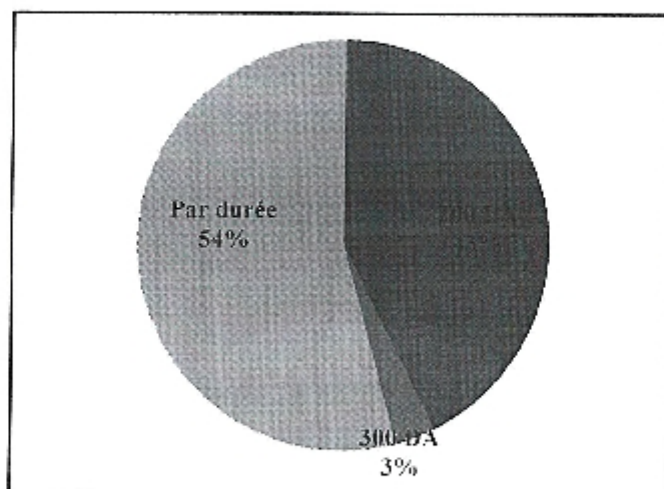
### 2.1.2.3 Analyse du prix optimal

Q10. Pour une cure d'une 30 minute (Hammam à eau thermal) combien seriez vous prêt à payer?



## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

**Graphique N° 11 : Prix optimal pour une cure d'une 30 minute (Hamman a eau thermal)**

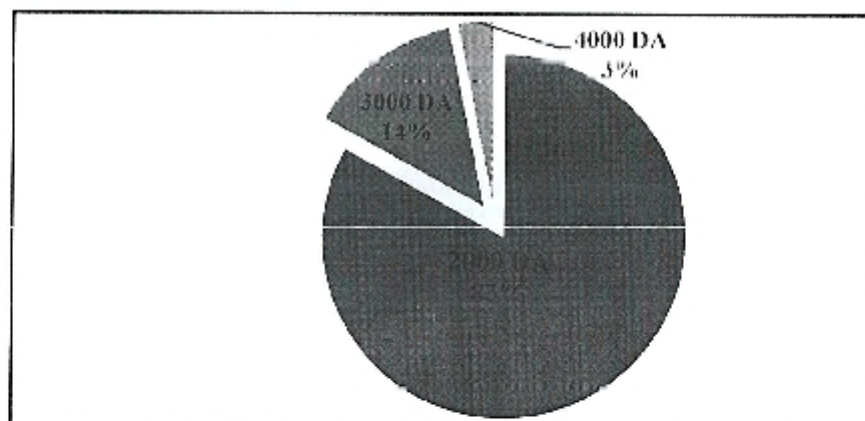


**Source : Résultat de l'enquête**

54% des personnes interrogées sont prêt de payer par durée, 43% sont prêt de payer 200 dinars, 3% ont proposé entre 300 dinars.

**Q11.** Pour une cure d'une 120 minute (Piscine) combien seriez-vous prêt à payer?

**Graphique N° 12 : Prix optimal pour une cure d'une 2 heure (Piscine)**



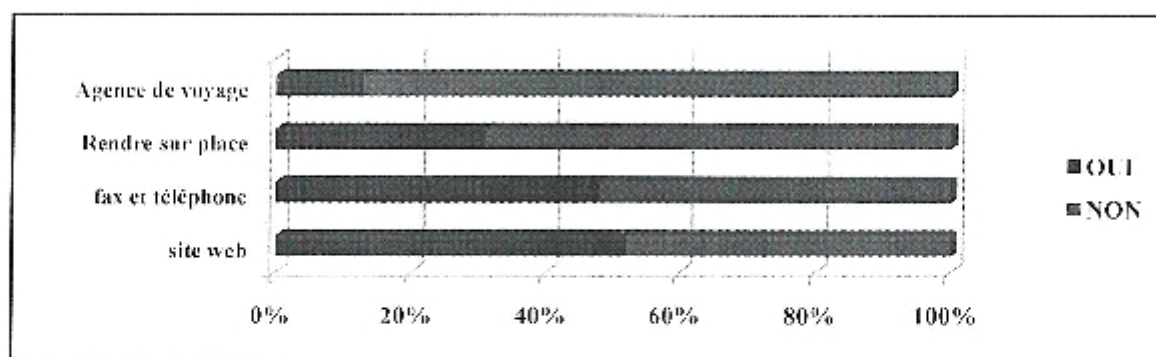
**Source : Résultat de l'enquête**

83% des personnes interrogées sont prêtes de payer 2000 dinars, 14% sont prêtes de payer 3000 dinars et 03% ont proposé 4000 dinars.

**Q12.** Pour un massage de 30 minutes, combien seriez-vous prêt à payer?

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

**Graphique N° 15: Moyen de réservation**



**Source : Résultat de l'enquête**

53% des personnes interrogées préfèrent la réservation par le site web de la station thermale, plus de 40% fax et téléphone, plus de 20% se rendre sur place et 8% l'intermédiaire agence de voyage.

### 2.1.2.5 Synthèse de l'étude de la demande

Nous présentons ci-dessous une synthèse des résultats de cette étude :

- L'idée de la création d'une station thermale dans la région de HAMMAM DEBAGH c'est une idée intéressante:
- La fréquentation d'une station thermale très élevée, et surtout à Hammam Debagh ;
- La cure thermale libre est la plus motivante pour rendre visite à un centre thermal, contre les courts séjours thermaux et les formules découvertes, la cure thermale conventionnée ;
- Les critères du choix d'une station thermale sont classés comme suit: qualité/prix, l'hygiène, les services proposés, le lieu, l'ambiance et animation, et enfin la prise en charge par la CNAS.
- Les activités souhaitables: hammam à eau thermale, le massage, la piscine, la cure médicalisée et l'application d'algue et fitness.
- Les prix optimaux sont:
  - Pour une cure d'une 30 minutes (Hammam à eau thermale): Par durée ;
  - Pour une cure de deux heures (Piscine): 2000 DA ;
  - Pour un massage de 30 minutes: 500 DA ;
  - Pour Application d'Algue Locale ou Générale et fitness: 1000 DA.
- Le moyen de réservation plus souhaitable est: le site web de la station thermale, fax et téléphone.

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

---

Les résultats de cette étude, qui doivent permettre :

- Notre idée de projet c'est une opportunité d'affaire;
- Localisation à Hammam Debagh très avantageux ;
- Définition la stratégie de domination par Qualité/ coût;
- Prendre des décisions opérationnelles portant sur :
  - o Les services plus souhaitables (hammam à eau thermale, le massage) ;
  - o Les actions de communication (le site web de la station thermale, fax et téléphone);
  - o Les prix à appliquer (à l'étude marketing).

### 2.1.3 Stratégie Marketing

Cette partie consiste d'étudier notre stratégie selon l'étude de l'offre et de la demande. On a choisie comme stratégie Marketing celle de l'alignement sur la concurrence, en effet, on fixe un prix proche de celui des concurrents pour éviter la guerre des prix ou entrer sur un marché concurrentiel, en premier lieu on va présenter notre logo et slogan.

#### 2.1.3.1 Présentation du Logo et du slogan

**Figure N° 16 : Logo de station CHIFAA-LES -BAINS**



**Source:** Travail personnel

**CHIFAA-LES -BAINS** est la nomination choisie pour notre station thermale.

Le logo que nous avons choisi est avec une photo et 2 couleurs. La photo montre une femme détendue qui a renouvelé sa vie, elle a ravivé et d'ici vient l'inspiration du slogan qui présente nos objectifs de réalisation à partir de nos cures qui visent à la relaxation, à la régénérescence, au retour sur soi par la méditation, nos services se fondent sur une approche de l'individu dans sa globalité afin de retrouver un équilibre perdu entre le corps et l'esprit. Notre station associe donc relaxation et bien-être de l'esprit et du corps dans une atmosphère luxueuse et cosy.

La couleur bleu désigne l'eau, est une couleur étroitement liée au rêve, à la sagesse et à la sérénité. Le bleu est symbole de vérité, comme l'eau limpide qui ne peut rien cacher. Il permet de retrouver un certain calme intérieur lié aux choses profondes.

La couleur verte est couleur de la nature, elle exprime la nouveauté, la jeunesse et l'amour universel et elle apaise le moral et le tonifie en même temps.

## **Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale**

---

### **2.1.3.2 Les produit/service offerts**

Les services offerts par la station CHIFAA-LES –BAINS sont:

- Les cures thermales ;
- Hammam à eau thermale ;
- Piscine à eau thermale ;
- Massage (huile) ;
- Application d'algues et d'argile et de chocolat ;
- Fitness ;
- Hébergement ;
- Restauration.

Selon les caractéristiques de la source de CHIFAA-LES –BAINS (l'étude technique).

les pratiques thermales sont:

- Les affections neurologiques ;
- Les troubles endocriniens ;
- Les affections respiratoires ;
- ORL;
- Gynécologiques ;
- Les affections cutanées chroniques
- Aussi, CHIFAA-LES –BAINS vise vers une stratégie de développement basée sur la diversification des services offerts, après 03 ans d'exploitation de notre station, nous offrirons les services suivants:
- Cure médicalisé ;
- SPA ;
- Sauna ;
- Jacuzzi.

### **2.1.3.3 Stratégie de communication**

La station aura un site internet qui englobe toutes les informations nécessaires(les cures leurs techniques, la durée, les tarifs...) ainsi la réservation. Cela nécessite l'inscription à l'office de thermalisme pour faciliter le choix de la station pour notre clientèle.

La réservation peut se faire aussi par les moyens les plus classiques de la communication (fax, téléphone et se rendre sur lieu).

La communication avec le personnel cherche de favoriser la fidélisation, la cohésion sociale, le développement du sentiment d'appartenance et le partage des valeurs, c'est pour cela qu'elle doit être directe.

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

---

### 2.2.7 Prévision des délais de réalisation

Le tableau ci-dessous permet de déterminer la date de réalisation du projet.

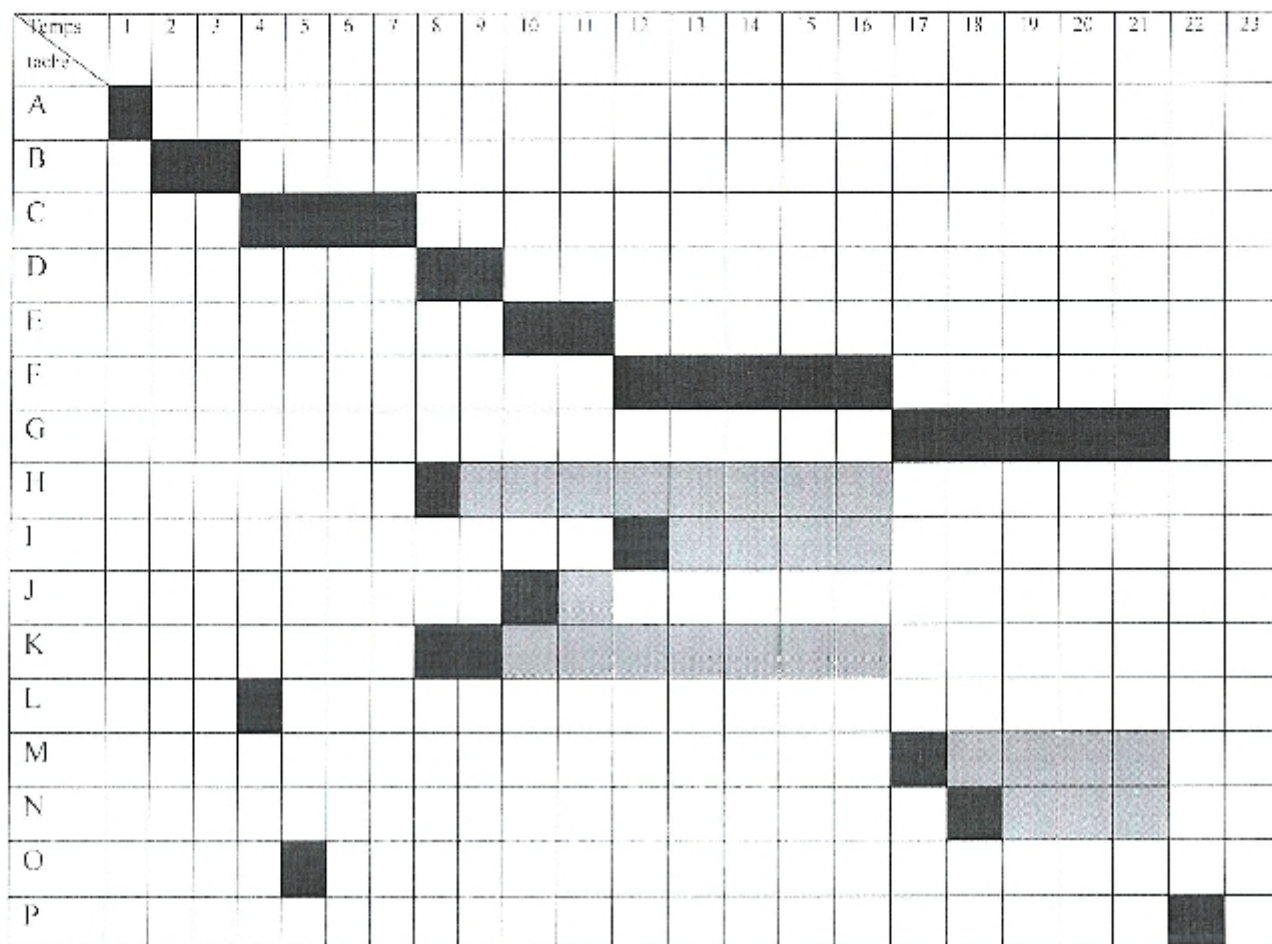
**Tableau N °22 : prévision du délai**

Tache	Nom de la tache	Durée	Tache précédente
A	Terrassement en grande masse	10 jours	/
B	Gros œuvre infrastructure	75 jours	A
C	Gros œuvre superstructure	120 jours	B
D	Maçonnerie	60 jours	C
E	Enduit en ciment	60 jours	D
F	Revêtements du sol	150 jours	E
G	Revêtements murale	150 jours	F
H	Étanchéité	20 jours	C
I	Menuiserie	15 jours	E
J	Electricité	30 jours	D
K	Plomberie	45 jours	D
L	assainissement	15 jours	B
M	Peinture	30 jours	D, E, F
N	Divers	15 jours	M
O	Aménagement extérieur	15 jours	L
P	Fourniture et pose des équipements	15 jours	O

Source: Travail personnel

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermique

Schéma N° 17 : GANTT de Projet de création la station thermique



Source: Travail personnel

■ Délai de la tâche.

■ Marge libre.

D'après le diagramme de gante le délai du projet sera : 21 mois.

### 2.3 Étude des Ressources Humaines (RH)

Cette étude est très importante pour définir les besoins de notre station entreprise en personnel de production et en personnel technique par catégorie. (Catégories du personnel: Personnel de gestion : Cadres techniques: Cadres de maîtrise : Ouvriers qualifiés; Techniciens; Ouvriers ; Personnel de soutien...). Cette évaluation quantitative et qualitative des besoins doit dériver de l'étude des différents postes de travail et des qualifications requises pour chaque type de poste.

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

### 2.3.2 Rémunération des personnels

**Tableau N°24 : Les coûts personnels de 3 ans**

RH	Nb	Coût (mois)	Coût (annuel)		
			1 <sup>re</sup> année	2 <sup>ème</sup> année	3 <sup>ème</sup> année
Gérant	01	27 300	324 000	325 638	342 018
Femmes d'accueil	02	22 750	546 000	572 208	598 416
Kinésithérapeute	02	27 300	648 000	674 208	700 416
Responsable d'entretien	01	18 200	218 400	229 320	240 240
Cuisiné	01	20 200	242 400	253 320	264 240
Bar man	01	16 380	196 560	207 480	218 400
Serveurs	02	16 380	393 120	410 592	428 064
Femmes de ménage	02	16 380	393 120	410 592	428 064
Agents polyvalents	04	20 020	969 600	1 004 544	1 039 488
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>327 600</b>	<b>3 931 200</b>	<b>4 087 902</b>	<b>4 244 604</b>

**Source:** Travail personnel

**NB :** la prime d'expérience pour le gérant est : 1500DA/ans.

- La prime d'expérience pour les femmes d'accueil et les kinésithérapeutes est : 1200DA/ans ;
- La prime d'expérience pour le responsable d'entretien et le cuisinier est : 1000DA/ans ;
- La prime d'expérience pour le bar man et serveurs et femmes de ménage, agents polyvalents est de : 800DA /ans.

## 2.4 Étude financière

Cette étude nous aide à étudier le degré de faisabilité et de rentabilité du projet. Afin de réussir cette étude nous nous sommes adressés à des graphiques et à des tableaux.

### 2.4.1 Prévisions des ventes et chiffre d'affaire

#### 2.4.1.1 Prévisions des ventes

Notre activité est saisonnière on a supposé donc que :

**A. La haute saison :** Février, Mars et avril.

Pour les cures de Bien-être 10 personnes par jour et 700 personnes pour les bains à eau thermale et 14 personnes pour la piscine, toutes les chambres sont occupées.

**B. La moyenne saison :** Octobre et Novembre, Décembre, Janvier.

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

**Tableau N°28 : Prévion des nuitées (chambre)**

Chambre	Mois											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
réservation prévisionnelle	150	300	300	300	60	60	60	60	60	150	150	150
Prix de vente unitaire(DA)	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Totale de vente(K.DA)	450	900	900	900	180	180	180	180	180	450	450	450

**Source:** Travail personnel

### Total de la Prévion des ventes TTC

Bain a eau thermal :  $3\ 150\ 000*3 + 1\ 350\ 000*4 + 450\ 000*5 = 17\ 100\ 000$  DA

Piscine :  $840\ 000*3 + 360\ 000*4 + 120\ 000*5 = 4\ 560\ 000$  DA

Cure bien être :  $225\ 000*3 + 112\ 500*4 + 45\ 000*5 = 1\ 305\ 000$  DA

Réservation chambre :  $900\ 000*3 + 450\ 000*4 + 180\ 000*5 = 5\ 400\ 000$  DA

**TOTALE TTC = 28 365 000 DA**

### 2.4.1.2 Prévisions chiffre d'affaire

Pour calculer le chiffre d'affaire prévisionnel pour 3 ans, en prenant le taux de croissance du marché est 9%.

**Tableau N° 29 : Chiffre d'affaire prévisionnel pour 3 ans**

Année	Chiffre d'affaire prévisionnel
1er année	28 365 000 DA
2eme année	30 917 850 DA
3eme année	33 700 456.5 DA

**Source:** Travail personnel

### 2.4.2 Le plan de financement initial

Le plan de financement initial se présente dans un tableau comprenant deux parties:

- dans la partie gauche, les besoins de financement durables que le projet engendre,
- dans la partie droite, le montant des ressources financières durables qu'il faut apporter à l'entreprise pour financer tous ses besoins de même nature.

**Tableau N° 30: Le plan de financement initial**

PRODUIT	RESSOURCE
---------	-----------



## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

-frais d'établissement		-capital social ou (apport personnel)	51 060 400
• frais notaire	140 000	-compte courant des associés (s'il y a lieu)	
• frais d'étude architecture	107 000	-subventions	
• permis de construire	15 000	Emprunt a moyen ou long terme	
-investissement hors taxe			
• immobilisation corporelle	50658000		
-BFR	166 000		
<b>TOTAL</b>	<b>51 824 200</b>	<b>TOTAL</b>	<b>51 824 200</b>

Source: Travail personnel

### 2.4.3 Compte de résultat prévisionnel

Tableau N° 31: Compte de résultat prévisionnel de 03 ans

	1ère Année	2ème Année	3ème Année
<b>Activités Poursuivies</b>			
Chiffres d'affaires	28 365 000	30 917 850	33 700 456
Coût des biens vendus	174 200	189 878	17 090
<b>Marge Brute</b>	<b>28 190 800</b>	<b>30 727 972</b>	<b>33 683 366</b>
<b>Frais Généraux</b>			
<b>Coût des employés</b>			
-Coût des salaires des employés	3 931 200	4 087 902	4 244 604
-Assurances des employés	982 800	1 021 975	1 061 151
<b>Locaux</b>			
-Loyer	0	0	0
-Taxes d'habitation	0	0	0
-Electricité	600 000	654 000	712 860
-Coûts d'installation & maintenance	0	0	0
<b>Frais Généraux d'administration</b>			
- Nom de domaine & Site Web	0	0	0
- Publicité	0	0	0
- Enregistrement de l'entreprise	0	0	0
- Amortissement	3 357 500	3 357 500	3 357 500
<b>Total des Coûts Fixes</b>	<b>4 940 300</b>	<b>5 033 475</b>	<b>9 376 115</b>
<b>Bénéfice Opérationnel</b>	<b>23 250 500</b>	<b>25 694 497</b>	<b>24 307 251</b>
L'intérêt sur le prêt	0	0	0
<b>Provision pour impôts</b>	<b>23 250 500</b>	<b>25 694 497</b>	<b>24 307 251</b>
Provision pour impôts (17%)	3 952 585	4 368 064	4 132 233
<b>Résultat opérationnel net d'impôt</b>	<b>19 297 915</b>	<b>21 326 433</b>	<b>20 175 018</b>
Dividendes	0	0	0
<b>Bénéfice Retenu</b>	<b>19 297 915</b>	<b>21 326 433</b>	<b>20 175 018</b>

Source: Travail personnel

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

### 2.4.4 Calculer le point mort (seuil de rentabilité)

#### Calculer le point mort (seuil de rentabilité):

Le point mort représente le niveau d'activité qui permet, grâce à la marge réalisée (différence entre le niveau des ventes et les charges variables découlant implicitement du chiffre d'affaires) d'avoir les moyens de payer toutes les autres charges de l'exercice, c'est-à-dire les charges fixes.

Pour calculer ce point mort, il faut :

- Répartir l'ensemble des charges de l'exercice en deux catégories :
  - le montant de toutes les charges fixes : ensemble des dépenses que l'on a obligatoirement, que l'on vende ou que l'on ne vende pas (ex : loyer du local commercial, salaires, charges sociales, assurance, comptable, etc);
  - le montant de toutes les charges variables : montant des dépenses découlant automatiquement du niveau des ventes (par ex. : le montant des approvisionnements correspondant au chiffre d'affaires réalisé, frais de transport sur achats et/ ou sur ventes, commissionnement versé sur les ventes);
- Calculer la marge sur coûts variables qui est égale au montant prévisionnel des ventes diminué des charges variables entraînées automatiquement par ces ventes;
- Traduire cette marge en pourcentage de chiffre d'affaires (taux de marge sur coût variable) en divisant la marge sur coûts variables par le montant du chiffre d'affaires et en multipliant le résultat par 100;
- Diviser le montant des charges fixes par ce taux de marge pour obtenir le seuil de rentabilité : montant de chiffre d'affaires qui permettra de payer toutes les charges fixes;

**Tableau N° 32 : Calculer le point mort (seuil de rentabilité)**

CHIFFRE D'AFFAIRES PREVISIONNEL HT	<b>23 542 950DA</b>
CHARGES VARIABLES	<b>5 942 000DA</b>
CHIFFRE D'AFFAIRES – CHARGES VARIABLES = MARGE SUR COUTS VARIABLES	<b>17 600 950DA</b>
MARGE SUR COUTS VARIABLES _____ <b>Taux de marge sur couts variable</b>	<b>0,74</b>
CHIFFRE D'AFFAIRES	
CHARGES FIXES _____ <b>Seuil de rentabilité</b>	<b>51 824200/0,74=</b>
TAUX DE MARGE SUR COUTS VARIABLES	<b>70 032 702DA</b>

**Source:** Travail personnel

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

### 3.2.3 Les services et produits offerts

**Tableau N° 36: les services et produits offerts**

Services offerts		Tarif
Hamмам à eau thermal	Passager	150 DA /30min
	Résident	Gratuit
Piscine à eau thermale	Passager	2000 DA/120min
	Résident	Gratuit
Massage (huile)		500 DA/30 min
Application d algues et de l'argile et de chocolat		1000 DA/unité
Fitness		300 DA/60min
chambre duplex		3000 DA/jour

Stratégie de Commercialisation pour gagner des clients et gagner la concurrence:

Domination : coût / prix

### 3.3 Plan de Production

**Tableau N°37 : Prévion des ventes (bain simple)**

Hamмам a eau thermal	Mois											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Vente prévisionnelle	9000	21000	21000	21000	3000	3000	3000	3000	3000	9000	9000	9000
Prix de vente unitaire(DA)	150	150	150	150	50	150	150	150	150	150	150	150
Total de vente(K.DA)	1350	3 150	3 150	3 150	450	450	450	450	450	1350	1350	1350

**Source:** Travail personnel

**Tableau N°38 : Prévion des ventes (piscine)**

Piscine	mois											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Vente prévisionnelle	180	420	420	420	60	60	60	60	60	180	180	180
Prix de vente unitaire(DA)	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Total de vente(K.DA)	360	840	840	840	120	120	120	120	120	360	360	360

**Source:** Travail personnel

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermique

**Tableau N°41 : Besoins en matières premières**

Equipement et montage	Prix/unité	Quantité	Coût total
TV LED	35000	14	490 000DA
Climatiseurs	35000	13	455 000DA
Micros ordinateurs	32000	02	62 000DA
Salon en cuire	140000	02	280 000DA
Tables basses	3500	03	10 500DA
Bureaux	15000	02	30 000DA
Chaises pour bureau	5000	05	25 000DA
Lits	5000	20	100 000DA
Matelas	7500	20	150 000DA
Armoires	6500	20	130 000DA
Couvertures	500	80	40 000DA
Couettes	1200	40	48 000DA
Chaises plastiques	650	50	32 500DA
Installation cuisine professionnel	420 000	01	420 000DA
Table avec 4 chaises	12000	20	240 000DA
Velot	9000	4	36 000DA
Tapis relet	32000	4	128 000DA
Orbe trek	34000	4	136 000DA
Groupe électrogène	95 000	1	95 000 DA
		<b>Total HT</b>	<b>2908000 DA</b>

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

**Tableau N°42: Besoins en matières premières**

Matière première, consommable	Prix unitaire	Quantité pour une année	Coût annuel
L'argile	50 DA	200	10 000 DA
Les algues	50 DA	270	13 500 DA
Chocolat	100 DA	400	40 000 DA
Huile de Nigelle	80 DA	200	16 000 DA
Huile de lavande	70 DA	500	35 000 DA
Huile d'aloë	70 DA	70	4 900 DA
Huile d'eucalyptus	60 DA	100	6 000 DA
Serviette	1200 DA	20	24 000 DA
Sorti de bains	2200 DA	10	22 000 DA
<b>Total HT</b>			<b>166 000 DA</b>
TVA			28 200 DA
<b>Total TTC</b>			<b>174 200 DA</b>

### 3.4 Plan des RH

**Tableau N° 43: Les coûts personnels de 3 ans**

RH	Nb	Coût (mois)	Coût (annuel) 1 <sup>er</sup> année	Coût (annuel) 2 <sup>ème</sup> année	Coût (annuel) 3 <sup>ème</sup> année
Gérant	01	27 300	324 000	325 638	342 018
Femmes d'accueil	02	22 750	546 000	572 208	598 416
Kinésithérapeute	02	27 300	648 000	674 208	700 416
Responsable d'entretien	01	18 200	218 400	229 320	240 240
Cuisiné	01	20 200	242 400	253 320	264 240
Bar man	01	16 380	196 560	207 480	218 400
Serveurs	02	16 380	393 120	410 592	428 064
Femmes de ménage	02	16 380	393 120	410 592	428 064
Agents polyvalents	04	20 020	969 600	1 004 544	1 039 488
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>327 600</b>	<b>3 931 200</b>	<b>4 087 902</b>	<b>4 244 604</b>

## Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale

### 3.7 Comptes de résultat annuel

**Tableau N° 46: Compte de résultat prévisionnel de 03 ans**

	1ère Année	2ème Année	3ème Année
<b>Activités Poursuivies</b>			
Chiffres d'affaires	28 365 000	30 917 850	33 700 456
Coût des biens vendus	174 200	189 878	17 090
<b>Marge Brute</b>	<b>28 190 800</b>	<b>30 727 972</b>	<b>33 683 366</b>
<b>Frais Généraux</b>			
<b>Coût des employés</b>			
-Coût des salaires des employés	3 931 200	4 087 902	4 244 604
-Assurances des employés	982 800	1 021 975	1 061 151
<b>Locaux</b>			
-Loyer	0	0	0
-Taxes d'habitation	0	0	0
-Electricité	600 000	654 000	712 860
-Coûts d'installation & maintenance	0	0	0
<b>Frais Généraux d'administration</b>			
- Nom de domaine & Site Web	0	0	0
- Publicité	0	0	0
- Enregistrement de l'entreprise	0	0	0
- Amortissement	3 357 500	3 357 500	3 357 500
<b>Total des Coûts Fixes</b>	<b>4 940 300</b>	<b>5 033 475</b>	<b>9 376 115</b>
<b>Bénéfice Opérationnel</b>	<b>23 250 500</b>	<b>25 694 497</b>	<b>24 307 251</b>
L'intérêt sur le prêt	0	0	0
<b>Provision pour impôts</b>	<b>23 250 500</b>	<b>25 694 497</b>	<b>24 307 251</b>
Provision pour impôts (17%)	3 952 585	4 368 064	4 132 233
<b>Résultat opérationnel net d'impôt</b>	<b>19 297 915</b>	<b>21 326 433</b>	<b>20 175 018</b>
Dividendes	0	0	0
<b>Bénéfice Retenu</b>	<b>19 297 915</b>	<b>21 326 433</b>	<b>20 175 018</b>

Source: Travail personnel

### Conclusion

Dans le deuxième chapitre on a étudié la concurrence leurs implantations, leurs services, les stratégies de commercialisations adoptées, leurs tarifications et ainsi la stratégie de communication. Cette étude nous a montré que le nombre des stations thermales est très limité par rapport au patrimoine en thermal minéral, l'Algérie possède que huit stations thermales et leurs prix varient selon la qualité des services proposés.

La stratégie de communication est bouche à oreille malgré l'existence des sites d'internet bien développés.

Au niveau de l'étude de la demande, le questionnaire mis en ligne nous a permis d'identifier notre clientèle cible. Leurs principales motivations pour rendre visite à une station thermale es. la cure thermale libre. Les activités préférées sont le hammam simple et les massages.

Nous avons remarqué que la majorité des personnes interrogées préfèrent le site web de la station thermale comme moyens de réservation.

Dans l'étude financière nous avons étudié le degré de faisabilité et de rentabilité du projet à travers les analyses financières des documents.

Et nous avons conclu que notre projet est rentable.



**CONCLUSION  
GENERALE**



## Conclusion générale

Les eaux thermales sont un don de la nature. Dès le premier âge de l'humanité, elles ont été recherchées par l'homme pour se soigner. Au fil des siècles, la médecine thermique ne s'est pas cantonnée aux applications traditionnelles. Elle a optimisé les bienfaits des eaux thermales par des techniques qui se sont, sans cesse, renouvelées et améliorées.

L'importance du tourisme thermique est de plus en plus affirmée. Ses dimensions socio-économiques sont plus qu'évidentes. Ceci ne peut se réaliser sans que la station thermique ne mette au point une politique qui lui permette de se rapprocher des exploitations touristiques afin de proposer des prestations plus complètes associant bains thermaux, repas, hébergement, distraction. Ladite politique doit permettre aussi une exploitation des thermes de manière à respecter l'environnement, pour compléter le schéma du développement durable.

La région de Guelma est dotée plusieurs thermes, dont Hammam Debagh et Hammam Ouled Ali. Ce sont les deux sites les plus connus dans la région.

Sur le plan socio économique, santé et bien-être, personne ne peut nier les bienfaits du thermalisme. Ce qui le rend une véritable idée d'affaire pour créer une station thermique surtout à Hammam Debagh, mais tout d'abords il faut commencer par le commencement.

C'est-à-dire commencer par l'étude de faisabilité qui comprend : l'étude commerciale (offre et demande), étude financière, étude technique, étude organisationnelle et management et je termine par l'étude juridique.

Et après la concrétisation de cette dernière, j'ai abouti à de bon résultat qui montre que le projet de la création de la station thermique est faisable et rentable.



**BIBLIOGRAPHIE**

# BIBLIOGRAPHIE

## Ouvrage

1. Filipe Quinta Moreno. **Histoire des Thermes et du Thermalisme**, mars 2008.
2. Girard CGUBILATO; **Economie touristique**. Delta, Suisse 1983.
3. Langenfeld K., **Tourism and Sustainable Development**, GTZ, Sector Project, ITB Convention, Berlin, 2009.
4. Lozato-Giotart J.P., Balfet M., **Management du tourisme: les acteurs, les produits, les marchés et les stratégies**, Pearson, Paris, 2004.
5. Maurice dupy. **Tourisme d'affaire**. Thecnip, paris, 2005.
6. OMT et PNUE, **Vers un tourisme durable-Guide à l'usage du décideur**, PNUE-OMT, Genève, 2005.
7. Sarah lamelle, **Les mites du tourisme et des loisirs**, l'étudiant, Paris, 2006.
8. TESSA Ahmed, **Economie touristique et aménagement de territoire**, OPU, Alger, 1993

## Revues et périodiques

1. Boughulali M, 2003, **Thermalisme et thalassothérapie en Algérie**, communication, Revue la Presse thermale et climatique 2003., Société française d'hydrologie et de climatologie médicale, 2003.
2. Gigue S., **Les sources thermo minérales de l'Algérie**, Etude géochimique, Bulletin du service de la carte géologique de l'Algérie, série 3, volume 2.

## Organisations

1. Organisation international du tourisme social
2. Ministère du tourisme e. de l'artisanal Algérie
3. Office nationale de la statistique (Algérie)
4. Banque national d'Algérie
5. Direction du tourisme e. de l'artisanal Guelma

## Lois et décrets

1. Le décret exécutif n° 07-69 du Aou. Safar 1428 correspondant au 19 février 2007 fixant les conditions et les modalités d'octroi de la concession d'utilisation et d'exploitation des eaux thermales

## Rapports et guides

1. Guide pour le développement d'un produit de tourisme culinaire : **Une généreuse nature**, Ottawa, novembre 2003, P 3 commission canadienne du tourisme.
2. Rapport réalisé par Le Réseau de veille en tourisme Chaire de tourisme Transat, ESG UQA M Mars 2011, P3

## Webographie

1. <http://teamcigogneactive.over-blog.com/article-23011768.html>
2. [www.unwto.org.fr](http://www.unwto.org/fr)
3. [www.ummta.dz/IMG/pdf/MESSAOUDI\\_Fatmat.pdf](http://www.ummta.dz/IMG/pdf/MESSAOUDI_Fatmat.pdf), Date: 12/04/2014, Heur: 11:06
4. <http://www.Voyagepourlaplanete.com/tourisme-durable>.
5. <http://www.rhpositive.ch/cms/index.php/tutti-gl/-articoli/item/1-le-tourisme-urbain/1-le-tourisme-urbain>.<sup>1</sup> <http://www.doc-etudiant.fr/Rapportde-stage-cr/difinition-du-tourisme-saharien-54064.html>
6. [Http / www.tourisme-cb.com/cms\\_pdfs/CHT\\_French\\_e.pdf](http://www.tourisme-cb.com/cms_pdfs/CHT_French_e.pdf)
7. <http://www.Voyagepourlaplanete.com/tourisme-durable>
8. <http://www.ecotourisme-magazine.com/tourisme-durable>,
9. <http://www2.unwto.org/fr>
10. <http://www.info-massage.com/-Thalassotherapie-la-thalasso-au-.html>.

# ANNEXES

2.3.4 Le SPA .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
2.4 Le Thermalisme et le développement durable .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
Section 03: Le thermalisme en Algérie .....	19
3.1 Les indicateurs du tourisme algérien .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
3.2 Etat de lieu .....	20
3.2.1 Les dimensions .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
3.3.2 Fréquentation thermal en Algérie .....	20
3.3.3 Les établissement thermales de la wilaya de Guelma .....	26
Conclusion .....	27

## **Chapitre 02: Elaboration du projet: Station thermale**

Section 01: Présentation de l'idée du projet et du promoteur .....	29
1.1 Origine de l'idée .....	29
1.2 Présentation du promoteur .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
1.2.1 Motivations du promoteur .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
1.2.2 Les compétences du promoteur .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
1.2.3 Fiche synthétique du promoteur .....	31
Section 02: Etude de faisabilité .....	31
2.1 Etude commercial .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
2.1.1 Etude de l'offre .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
2.1.1.1 Les concurrents au niveau national .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
2.1.1.2 Les concurrents au niveau de la wilaya .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
2.1.1.3 Politique tarifaire de la concurrence .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
2.1.1.4 Politique de distribution de la concurrence .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
2.1.1.5 Synthèse de profils de la concurrence .....	39
2.1.2 Etude de la demande .....	42
2.1.2.1 Les caractéristiques des personnes interrogées .....	42
2.1.2.2 Analyses des motivations, choix et services d'une station thermale .....	43
2.1.2.3 Analyse du prix optimal .....	46
2.1.2.4 Analyse des moyens de réservation .....	48
2.1.2.5 Synthèse de l'étude de la demande .....	49
2.1.3 Stratégie Marketing .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
2.1.3.1 Présentation du Logo et du slogan .....	50
2.1.3.2 Les produit / service offerts .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
2.1.3.3 Stratégie de communication .....	51

2.1.3.4 Les prix.....	Erreur ! Signet non défini.
2.2 Etude technique.....	52
2.1.1 Les caractéristiques de la source.....	Erreur ! Signet non défini.
2.1.2 Les cure et leurs techniques.....	Erreur ! Signet non défini.
2.2.3 Capacité de production.....	52
2.2.4 Situation géographique de la station thermale.....	54
2.2.5 Implantation et besoins en bâtiments.....	Erreur ! Signet non défini.
2.2.6 Les besoins en moyens de production.....	54
2.2.6.2 Fourniture et pose des équipements.....	55
2.2.7 Prévision des délais de réalisation.....	57
2.3 Etude des Ressources Humaines (RH).....	58
2.3.1 L'identification des profils principaux parmi le personnel.....	Erreur ! Signet non défini.
2.3.2 Rémunération des personnels.....	60
2.4 Etude financière.....	Erreur ! Signet non défini.
2.4.1 Prévisions des ventes et chiffre d'affaire.....	Erreur ! Signet non défini.
2.4.1.1 Prévisions des ventes.....	Erreur ! Signet non défini.
2.4.1.2 Prévisions chiffre d'affaire.....	62
2.4.2 Le plan de financement initial.....	62
2.4.3 Compte de résultat prévisionnel.....	63
2.4.4 Calculer le point mort (seuil de rentabilité).....	64
2-5 Etude réglementaire.....	65
2.5.1 Etudier la réglementation concernant le thermalisme en Algérie.....	65
2.5.1.1 Les conditions et modalités d'octroi de la concession.....	65
2.5.1.2 Des sanctions.....	65
2.5.2 Le choix de la forme juridique.....	70
2.5.3 Structure d'appuis.....	71
Section 03 : Plan d'affaires.....	73
3.1 PRÉSENTATION DE PROJET.....	73
3.2 Le marché.....	73
3.2.1 La clientèle.....	73
3.2.2 La concurrence.....	74
3.2.3 Les services et produits offerts.....	75
3.3 Plan de Production.....	75
3.4 Plan des RH.....	78