



Faculté des Sciences Juridiques
Economiques et Sociales,
Casablanca

Discover Morocco

Guide Touristique

Groupe PFE chez Mme Rachida Jallal.

Remerciements :

Au terme de ce travail, nous tenons à exprimer notre profonde gratitude et nos sincères remerciements à notre professeur Mme JALLAL Rachida et notre encadrant Mme ZANIFI Aicha pour tout le temps qu'ils nous ont consacré, leur directives précieuses, et pour la qualité de leur suivi pour améliorer nos connaissances.

Nos plus vifs remerciements s'adressent aussi à tout le cadre professoral et administratif de la Faculté des Sciences Juridiques, Économiques et Sociales de Casablanca.

Nous tenons également à remercier nos chers parents et tous les membres de la famille et nos amis pour leur soutien financier.

Nos remerciements vont enfin à toute personne qui a contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.

SOMMAIRE :

I- Présentation du projet :

II- Aspect Marketing :

III- Production :

IV- Finance du projet :

V- Structure hiérarchique :

VI- Communication :

VII- Conclusion:

I- Présentation du projet :

Un guide touristique ou guide de voyage est un type de livre contenant des informations sur un lieu donné, qui peuvent être d'ordre pratique autant que culturel et historique, à l'usage des touristes.

Avec le développement du tourisme à partir des années 50 naquirent de très nombreuses collections de guides, qui connurent un grand développement, mais qui n'ont pas survécu, telles que : Guides Odé, Guides Nagel, guides du livre de poche. Par ailleurs, les lecteurs actuels peinent d'avantage que les touristes d'autrefois à lire des ouvrages copieux. Ils veulent des illustrations, des encadrés et des hors-textes permettant de « zapper ». On peut, par ailleurs, discuter de la compétence de beaucoup d'enquêteurs-rédacteurs, souvent pigistes, pas forcément grands connaisseurs des pays qu'ils décrivent. Ainsi que d'une éventuelle « vénalité », expliquée en grande partie par l'impossibilité de se faire rembourser les frais qui devraient normalement être engagés.

À l'heure actuelle, compte tenu du coût de l'impression, des droits photo et du prix d'une bonne cartographie, il est difficile de concevoir des collections sérieuses qui ne soient pas amorties par des éditions en plusieurs langues. Si possible quasi-simultanées, pour éviter que la traduction paraisse quand des choses ont déjà changé. Cela oblige parfois à adaptation : les intérêts des touristes sont plus ou moins dissemblables en fonction de leur culture d'origine, la longueur du texte varie, ce qui pose des problèmes d'adéquation avec la mise en page initiale, notamment quand l'ouvrage est abondamment illustré.

Dans le cadre des projets professionnels réalisés à la fin de nos études à l'université Hassan II de Casablanca, nous réalisons un projet qui consiste en la création d'un guide touristique.

Discover Morocco est le nom de ce guide, son but est de faciliter le séjour des touristes au Maroc et leur fournir des informations qui vont rendre leur voyage encore plus agréable. Ce projet s'inscrit dans la vision de rendre le Maroc une destination touristique très attractive.

II-Aspect Marketing :

Le marketing est un mécanisme économique et social par lequel on satisfait nos besoins et nos désirs. En se basant sur ce principe, notre Département a ouvert afin de rendre notre

entreprise à la portée des clients en toute efficacité.

Durant toute cette période, nous nous sommes donc systématiquement placés du point de vue du consommateur en faisant du couple « Besoins-Services » la clé de voûte des réflexions, des décisions et des actions du Département Marketing.

Ainsi, les tâches réalisées par le Département Marketing tout au long du programme sont les suivantes:

Elaboration de l'étude de marché:

Une étude de marché est un travail de collecte et d'analyse d'informations ayant pour but d'identifier les caractéristiques d'un marché, cette étude fut l'élaboration du questionnaire comprenant l'ensemble des questions que nous désirons poser à diverses personnes.

La seconde étape de cette étude fut l'élaboration du questionnaire comprenant l'ensemble des questions que nous désirons poser à diverses personnes afin de pouvoir adapter notre guide aux besoins de notre cible. (*Voir annexe*)

Par la suite, nous avons administré notre questionnaire à 40 personnes habitantes toutes sur Casablanca.

Ce qui a pu ressortir de cette étude c'est que 80% des personnes interrogées voyage occasionnellement ou assez souvent ce qui va nous aider dans notre projet. Par ailleurs il nous a semblé important de relever que 73% de notre échantillon préfèrent un guide touristique pour mieux s'orienter ce qui prouve leurs besoins de notre guide, et plus précisément, que 78% de l'échantillon s'intéresse à utiliser un guide ce qui montre qu'on va avoir une forte demande.

Fixation du prix :

En collaboration avec le Département Financier, le Département de Production et en cohérence avec l'étude de marché que nous avons mené, nous avons défini un prix de 110 DH.

Les analyses :

On a effectué deux types d'analyses d'environnement SWOT et PESTEL. Tout d'abord l'analyse SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) qui nous a permis d'analyser les forces et les faiblesses internes de notre projet et les menaces et opportunités externes de DISCOVER MOROCCO par rapport à ses concurrents. Ensuite en ce qui concerne l'analyse PESTEL elle permet d'évaluer l'influence de facteurs externes. Elle est utile pour déterminer une direction à prendre pour notre projet car elle permet de mesurer son potentiel dans son macro-environnement.

III- Production :

1. Plan de travail :

Afin de traiter toutes les régions de la même façon, d'être en harmonie les unes avec les autres et d'éviter les divergences dans le contenu, il a été nécessaire d'établir un plan de travail que tous les départements devaient impérativement suivre et appliquer.

2. Répartition des régions :

Du à la charge importante du travail à faire et au temps limité mis à disposition, le département de production ne pouvait à lui seul couvrir les 12 régions du royaume, il était alors nécessaire de demander de l'aide auprès des autres départements (communication, marketing, ressources humaines, finance). Même avec cet aide précieuse, le département production a effectué la part la plus importante de la conception et qui est estimée à plus de 40%.

3. Constitution d'une base de données :

Pour traiter chaque région, il faut collecter les informations et réunir les sources, c'est-à-dire constituer une base de données. Ces données vont être par la suite retraitées au cours de la prochaine tâche.

4. Relecture et vérification :

Cette tâche est sûrement l'une des plus importantes et des plus longues à réaliser. On devait s'assurer que le guide ne contenait pas de fautes de grammaire, d'orthographe et que le style de rédaction était simple, correcte et sans erreurs.

5. Mise en page des documents :

La présentation est également un élément d'une grande importance, car les informations du guide doivent être à la fois pertinentes et présentées d'une manière correcte. Pour cela la mise en place d'une présentation unique est capitale pour avoir un guide soigné, harmonieux et bien présenté.

6. Prise de contact avec les imprimeurs et lancement de l'impression :

C'est l'étape finale de la production, celle qui couronne des semaines de travail. Pour avoir un guide réalisé d'une manière professionnelle, nous avons pris contact avec différentes imprimeries, nous avons discutés de plusieurs éléments concernant la présentation du guide, finalement nous avons choisi de réaliser l'impression chez "*solutions documents*" pour la qualité de son service et pour les facilités qui nous a offertes. La contrainte de la taille a été pleinement respectée puisque le guide compte 257 pages.

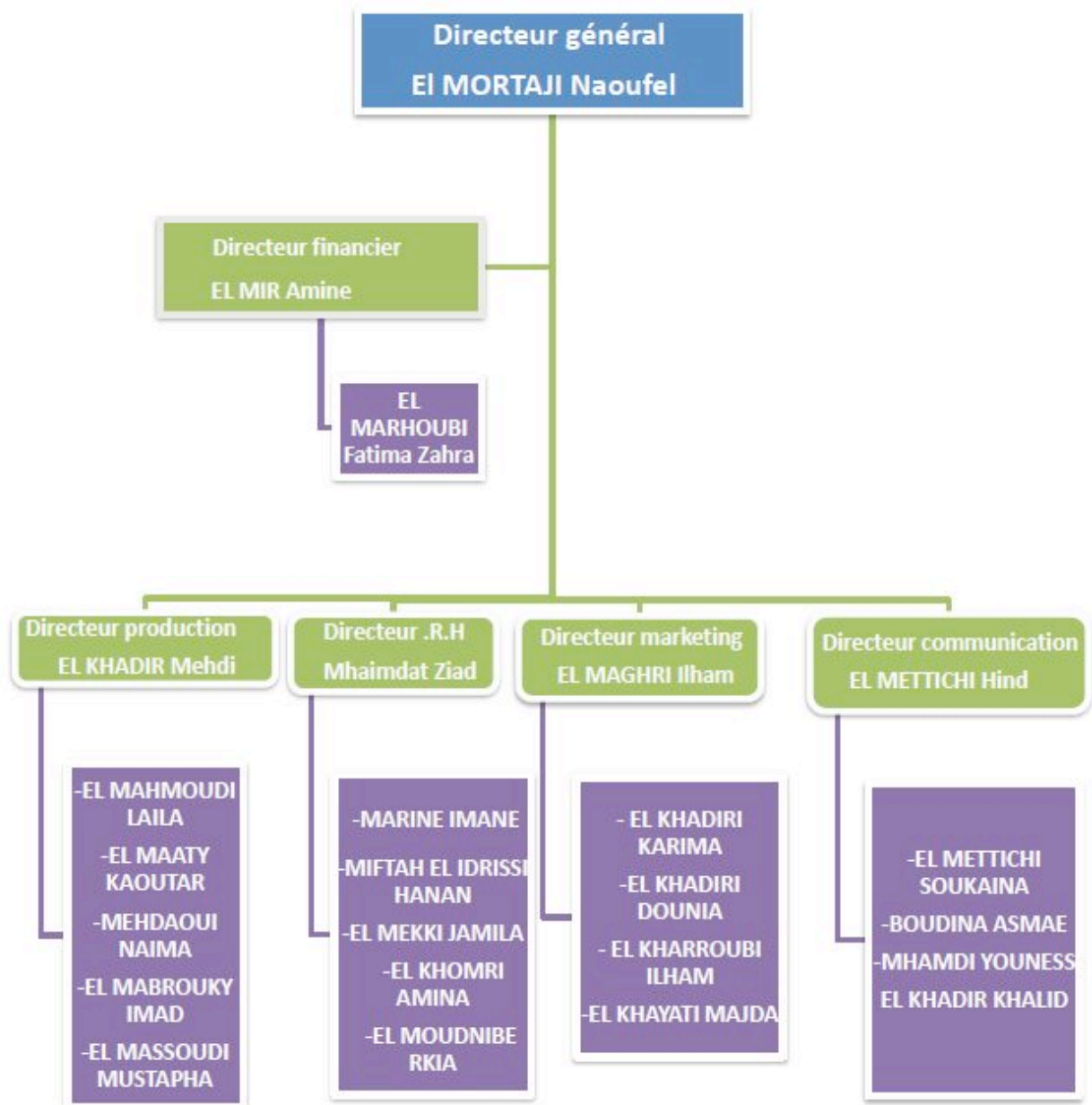
IV- Finance projet :

Tableau de contrôle des ventes d'actions :

Départements	Les noms	Le nombre des actions vendues
Encadrant	Mme Rachida Jallal	3actions
Financier : 25 actions	Fatima Zahra EL Marhoubi	5 actions
	Naoufal EL Mortaji	10 actions
	Amine EL Mir	10actions

Marketing : 48 actions	Ilham ELkharroubi	10actions
	Karima EL Khadiri	10actions
	Majda EL Khyati	13 actions
	Ilham EL Maghri	5actions
	Dounia EL Khadiri	10actions
Ressources humaines : 34	Hanane Miftah Idrissi	5actions
	Rkia EL Moudnibe	5actions
	Ziad Mhaimdad	8actions
	Jamila EL Meki	5actions
	Amina EL Khomri	5actions
	Imane Marine	6actions
Production : 27 actions	Naima Mehdaoui	4actions
	EL Mehdi EL Khadir	4actions
	Mustapha EL Massoudi	5actions
	Imad EL Mabrouky	4actions
	Kaoutar EL Maaty	5actions
	EL Mahmoudi Leila	5actions
Communication : 20	Younes EL Mhadi	5actions
	Soukaina EL Mettichi	5actions
	Khalid EL Khadiri	5actions
	Hind EL Madini	5actions
TOTAL : 162 actions		

V-Structure hiérarchique :



VI- Communication :

Le département de communication a une grande importance au sein de notre entreprise “ DISCOVER MORROCO”.

Pour cela, on a réalisé plusieurs tâches, concernant la communication externe : la création du LOGO, SLOGAN, FLYER ainsi qu’une page sur FACEBOOK... Alors après nos recherches

successives on a pu rencontrer une jeune infographiste spécialisée dans ce domaine qui a approuvé son intérêt à notre projet en nous donnant tout son savoir faire ainsi que son savoir être pour présenter notre travail d'une manière concrète et professionnelle.

VII- Conclusion :

Pour conclure, l'élaboration de ce travail nous a permis, d'une part, d'approfondir les connaissances et le savoir faire acquis durant les années de notre formation à l'université Hasan II de Casablanca, et d'autre part, de préparer notre intégration à la vie professionnelle et de nous situer sur le marché des marchés de l'édition touristique.

Le travail que nous avons réalisé pourrait être complété et poursuivi sous différents aspects, notamment :

- L'amélioration du guide en la traduisant dans diverses langues pour cibler le maximum de touristes (Anglais, Chinois, Espagnol...)

- La mise en place de nouvelles formes de guides de voyage entièrement numériques sous forme de CD et d'application sur Smartphone.

La réalisation de ce mémoire fut ainsi une occasion particulièrement merveilleuse de rencontrer de nombreuses personnes et d'échanger avec elles des connaissances et des idées. Une contribution positive nous a été apportée par chacune d'entre elles afin de finaliser notre travail. Nos dettes de reconnaissance sont, à ce point de vue, énormes à leur égard.