



MAÎTRISE DES ATTRACTIONS TOURISTIQUES

Manuel de Formation Opérationnelle - Service
Conciergerie

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module Culture, Tourisme & Recommandation - Édition Complète

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction : Le Concierge comme Ambassadeur de la Destination
MODULE 2	Connaissance de l'écosystème local : Cartographie des attractions
MODULE 3	Histoire et patrimoine : Savoir raconter la ville (Storytelling)
MODULE 4	Les incontournables (Must-see) vs Les joyaux cachés (Hidden gems)
MODULE 5	L'art de la recommandation sur-mesure (Matching Client/Attraction)
MODULE 6	Création et organisation d'itinéraires thématiques
MODULE 7	Maîtrise de la logistique touristique (Horaires, accès, sécurité)
MODULE 8	Billetterie et coupe-files : Sécuriser l'accès aux monuments
MODULE 9	Les excursions d'une journée (Day trips) et le transport
MODULE 10	Orienter les publics spécifiques (Familles, Seniors, PMR)
MODULE 11	Le tourisme expérientiel : Ateliers, rencontres et immersions

MODULE 12	Veille touristique : Nouveautés, expositions et événements éphémères
MODULE 13	La relation avec les guides locaux (Sélection et Briefing)
MODULE 14	Cas Pratiques Opérationnels à l'Hôtel FAHO
MODULE 15	Conclusion et Grille d'Évaluation des Connaissances

MODULE 1 : Introduction : Le Concierger comme Ambassadeur de la Destination

1.1. Le premier visage de la ville

Le voyageur de luxe choisit un hôtel pour son confort, mais il vient avant tout pour découvrir une **destination**. Le Concierge est la clé d'accès à cette destination. Il n'est pas un simple distributeur de plans de ville ; il est le conservateur, l'ambassadeur et le metteur en scène de la culture locale.

1.2. De l'information à l'inspiration

Aujourd'hui, Google peut fournir les horaires d'un musée. Le rôle du Concierge n'est plus d'informer, mais d'**inspirer**. Il doit insuffler de la magie, raconter pourquoi tel lieu mérite d'être visité à une heure précise, et comment ressentir l'âme de la ville. C'est cette expertise humaine qui rend le Concierge indispensable face à la technologie.

MODULE 2 : Connaissance de l'écosystème local : Cartographie des attractions

2.1. Maîtriser sa géographie

Un Concierge doit posséder une carte mentale de sa région. Il doit connaître non seulement l'emplacement des monuments, mais aussi la topographie, les temps de trajet réels (selon le trafic) et l'atmosphère de chaque quartier.

2.2. La cartographie en strates

- **Zone Primaire (Hyper-centre / Autour de l'hôtel) :** Ce qui se fait à pied en moins de 15 minutes. Idéal pour les arrivées tardives ou les clients disposant de peu de temps.
- **Zone Secondaire (La ville intra-muros) :** Les grands quartiers historiques, musées nationaux, médina. Accessible en court trajet de taxi.
- **Zone Tertiaire (Les environs) :** Les attractions majeures nécessitant une demi-journée ou une journée (villages alentour, sites naturels, ruines antiques).

Le Concierge doit être capable d'estimer instantanément le temps nécessaire pour visiter chaque zone.

MODULE 3 : Histoire et patrimoine :

Savoir raconter la ville (Storytelling)

3.1. Donner du sens à la pierre

Envoyer un client voir un monument sans lui en donner le contexte, c'est l'envoyer voir un tas de pierres. Le Concierge doit connaître les grandes lignes de l'histoire locale, les anecdotes savoureuses et les légendes urbaines.

3.2. Le "Storytelling" du Concierge

Exemple de recommandation standard :

"Allez voir la Tour Hassan, c'est très joli, c'est à 10 minutes en taxi."

Exemple de Storytelling (Niveau Clefs d'Or) :

"Je vous recommande vivement la Tour Hassan. Saviez-vous qu'elle devait être le minaret de la plus grande mosquée du monde au 12ème siècle ? Le projet a été stoppé à la mort du Sultan, ce qui explique son aspect inachevé. Je vous conseille d'y aller en fin d'après-midi, la lumière sur la pierre rouge est spectaculaire pour vos photos, et vous pourrez entendre le chant des oiseaux dans les jardins adjacents."

MODULE 4 : Les incontournables (Must-see) vs Les joyaux cachés (Hidden gems)

4.1. L'équilibre parfait de l'itinéraire

Un client venant pour la première fois voudra voir les icônes de la ville. Cependant, ce qui crée le souvenir indélébile, c'est la découverte d'un lieu que les autres touristes ne connaissent pas.

4.2. Les deux catalogues du Concierge

Les "Must-See" (Incontournables)	Les "Hidden Gems" (Joyaux cachés)
Musées nationaux, Palais Royaux, Grandes places.	Ateliers d'artisans, cours intérieures privées, petits musées de collectionneurs.
L'enjeu : Gérer l'affluence, éviter les files d'attente, optimiser les horaires.	L'enjeu : Sécuriser l'accès exclusif, garantir l'authenticité, surprendre le client.
Attentes fortes, risque de déception si trop bondé.	Faible attente, fort potentiel d'émerveillement ("Effet Wow").

MODULE 5 : L'art de la recommandation sur-mesure (Matching Client/Attraction)

5.1. Éviter le "Copier-Coller"

Le pire défaut d'un Concierge est de donner exactement le même itinéraire touristique à un jeune couple en lune de miel et à un homme d'affaires de 60 ans. La recommandation doit être du **profilage**.

5.2. L'art de la qualification

Avant de recommander une attraction, le Concierge doit questionner :

- *Combien de temps avez-vous ?* (Ne pas recommander un grand musée s'ils n'ont que 2 heures).
- *Êtes-vous plutôt intéressés par l'histoire ancienne ou l'art contemporain ?*
- *Aimez-vous marcher ou préférez-vous être conduits ?*

Règle d'or : Une attraction exceptionnelle recommandée au mauvais profil de client deviendra une mauvaise expérience.

MODULE 6 : Création et organisation d'itinéraires thématiques

6.1. Devenir scénariste de la journée

Le client de luxe déteste le stress de l'organisation. Il attend du Concierge un programme fluide, où les transitions entre les attractions sont pensées intelligemment.

6.2. Structurer la journée

1. **Le rythme** : Prévoir les visites denses (musées) le matin quand l'esprit est frais, et les balades légères (jardins, souks) l'après-midi.
2. **La logique géographique** : Regrouper les attractions par quartier pour éviter au client des allers-retours inutiles en taxi à travers la ville.
3. **La pause stratégique** : Insérer toujours une recommandation de lieu de repos : *"Après la visite du musée, je vous conseille de vous arrêter sur cette terrasse ombragée pour déguster un thé à la menthe avant de reprendre votre marche."*

MODULE 7 : Maîtrise de la logistique touristique (Horaires, accès, sécurité)

7.1. L'obsession du détail technique

L'enthousiasme ne remplace pas la précision. Envoyer un client vers un musée fermé le mardi est une faute professionnelle grave en conciergerie.

7.2. Le cahier des charges de l'attraction

Pour chaque monument majeur, le Concierge doit connaître de tête (ou via son logiciel) :

- **Les jours et heures d'ouverture** : (Attention aux jours fériés, aux horaires de ramadan ou de fêtes religieuses).
- **Les règles vestimentaires** : (Ex: épaules couvertes pour les édifices religieux).
- **Les interdictions** : (Photographies interdites, sacs à dos refusés).
- **La sécurité du quartier** : Si un marché aux puces est magnifique mais réputé pour les pickpockets, le Concierge a le devoir d'avertir discrètement le client : *"C'est un lieu bouillonnant, je vous conseille simplement de garder votre appareil photo devant vous."*

MODULE 8 : Billetterie et coupe-files :

Sécuriser l'accès aux monuments

8.1. Épargner l'attente au client

Le vrai luxe, c'est de ne pas faire la queue. Le Concierge doit être le sésame qui permet de contourner les foules.

8.2. Les méthodes d'accès VIP

- **Pré-achat (Ticketing)** : Le Concierge achète les billets en ligne à l'avance, les imprime, et les remet au client dans une belle pochette au nom de l'hôtel, facturés sur sa note de chambre.
- **Pass "Coupe-File" (Fast-Track)** : Connaître les entrées dédiées aux groupes ou aux visiteurs munis de billets prioritaires.
- **Accès Privilégié (Réseau)** : Pour certaines expositions saturées, le Chef Concierge peut appeler directement la direction du musée pour obtenir un "Passe-droit" en justifiant de l'importance du client (VIP).

MODULE 9 : Les excursions d'une journée (Day trips) et le transport

9.1. L'extension du séjour hors les murs

Les clients séjournant plus de 3 jours demanderont souvent à sortir de la ville. Le Concierge doit organiser ces expéditions (Day trips) avec la même exigence que le reste.

9.2. L'orchestration du Day Trip

- **Le choix du véhicule** : Proposer systématiquement les véhicules haut de gamme de l'hôtel (House Cars) avant de faire appel à des sociétés de transport externes.
- **Le Chauffeur-Accompagnateur** : S'assurer que le chauffeur parle la langue du client, conduit prudemment, et connaît les bons endroits pour s'arrêter (points de vue photos, toilettes propres).
- **Le Kit de Voyage** : Faire préparer par le Room Service des bouteilles d'eau, des serviettes fraîches et un pique-nique ou des encas de luxe à placer dans le véhicule avant le départ.

MODULE 10 : Orienter les publics spécifiques (Familles, Seniors, PMR)

10.1. L'adaptation à l'audience

Une visite inadaptée aux capacités physiques ou à l'âge du client se transforme vite en cauchemar.

10.2. Les grilles d'orientation

- **Familles avec enfants** : Recommander des musées interactifs, des parcs avec des espaces de jeu, des excursions en calèche. Éviter les longues marches sous le soleil ou les musées trop austères.
- **Seniors et Personnes à Mobilité Réduite (PMR)** : Le Concierge doit connaître précisément l'accessibilité de chaque site (présence d'ascenseurs, pavés impraticables en fauteuil roulant, dénivelé). Il doit organiser des déposes-minute (Drop-off) au plus près de l'entrée.

MODULE 11 : Le tourisme expérientiel

: Ateliers, rencontres et immersions

11.1. Faire plutôt que Regarder

La grande tendance du tourisme de luxe est l'immersion. Le client ne veut plus seulement "voir" le travail du cuir ou de la poterie, il veut "fabriquer" avec l'artisan.

11.2. Le carnet d'expériences du Concierge

Le Concierge doit développer un réseau d'artisans et d'experts acceptant de partager leur savoir :

- Organisation d'un cours de cuisine marocaine privée, en commençant par l'achat des épices au marché avec le Chef.
- Atelier de calligraphie ou de poterie traditionnelle dans la cour d'un Riad privé.
- Rencontre avec un parfumeur local pour créer une fragrance sur-mesure.

MODULE 12 : Veille touristique :

Nouveautés, expositions et événements éphémères

12.1. L'obsolescence de l'information

Une ville est vivante. Un musée ferme pour rénovation, une nouvelle exposition temporaire ouvre, un festival est organisé. Le Concierge doit toujours avoir un temps d'avance.

12.2. Les rituels de la veille (Information Gathering)

1. **Le Briefing matinal (Passation)** : Revue de la presse locale et des agendas culturels du jour.
2. **Relation avec les offices de tourisme** : Maintenir un contact hebdomadaire avec les institutions pour recevoir les avant-premières.
3. **Exploration personnelle** : Les jours de repos, le Concierge a le devoir moral d'explorer sa ville, de tester les nouvelles attractions et de vérifier si les standards des anciennes sont toujours maintenus.

MODULE 13 : La relation avec les guides locaux (Sélection et Briefing)

13.1. Le guide, prolongement de l'hôtel

Déléguer l'expérience à un guide extérieur est un risque. S'il est mauvais, l'hôtel en portera la responsabilité.

13.2. Cadrer la prestation

- **Sélection stricte** : Le Concierge ne travaille qu'avec des guides officiels, agréés par le Ministère du Tourisme, et testés au préalable par l'équipe de l'hôtel.
- **Briefing du guide** : Avant la visite, le Concierge informe le guide du profil du client : *"Ce sont des clients VIP américains, ils adorent l'architecture mais détestent le shopping. Ne les emmenez dans aucune boutique de tapis, concentrez-vous sur l'histoire."*
- **Le Feedback** : Au retour du client, le Concierge lui demande comment s'est passé le tour. Si le retour est négatif, le guide est retiré du réseau de l'hôtel.

MODULE 14 : Cas Pratiques

Opérationnels à l'Hôtel FAHO

Cas N°1 : La déception évitée

Contexte (Hôtel FAHO) : Un couple de personnes âgées veut visiter la Kasbah des Oudayas à 14h en plein mois d'août.

L'Action du Concierge :

Il ne se contente pas d'appeler un taxi. Il alerte avec bienveillance : *"Monsieur, la Kasbah est magnifique, mais il y a beaucoup de marches, peu d'ombre, et il fait 35 degrés à 14h. Pour votre confort, je vous suggère de profiter de notre Spa ou d'un musée climatisé cet après-midi, et d'y aller plutôt vers 18h, la lumière sera plus douce et la chaleur redescendue. Je vous réserverai un café au Café Maure à cette heure-là."* Les clients sont reconnaissants de cette anticipation protectrice.

Cas N°2 : Le VIP pressé

Contexte : Un homme d'affaires n'a que 2 heures de libre avant son vol et veut "voir Rabat".

L'Action du Concierge :

Pas de musées chronophages. Le Concierge réserve la voiture de l'hôtel et trace un itinéraire "Panoramique" : Un passage devant la Tour Hassan pour la photo, un tour des remparts du Chellah en voiture, et un thé express avec vue. Le chauffeur gère les bagages dans le coffre et file directement à l'aéroport ensuite.

MODULE 15 : Conclusion et Grille d'Évaluation des Connaissances

15.1. L'âme de la ville entre vos mains

La valeur d'un Concierge se mesure à la richesse de ses recommandations. Être le maître des attractions touristiques, c'est avoir le pouvoir de transformer un simple voyage en une aventure mémorable. Vous êtes le conteur de votre région.

15.2. Checklist "Maîtrise Touristique"

- [] Ai-je **qualifié** les intérêts et le temps disponible du client avant de recommander un site ?
- [] Ai-je vérifié les **jours et heures d'ouverture** (y compris jours fériés) aujourd'hui ?
- [] Ai-je partagé une **anecdote (Storytelling)** pour donner envie au client ?
- [] Ai-je organisé la **logistique** (billets coupe-file, itinéraire précis, transport) ?
- [] Ai-je **briefé le guide** sur les spécificités et les attentes de mon client ?



Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Culture, Tourisme & Recommandation

Ce document est la propriété exclusive de trainingcenterin. Toute reproduction non autorisée est interdite.