

**Quelles stratégies pour la relance du secteur touristique en Algérie ?**

**DOUAR Brahim : maitre assistant à l'Université Mouloud Mammeri, TIZI OUZOU**

**Résumé :**

L'importance du tourisme sur le plan économique n'est plus à démontrer. Il s'agit d'un secteur de l'économie en pleine croissance et dont l'évolution à long terme est très prometteuse. L'industrie touristique fait preuve à la fois d'une résistance aux crises et d'une capacité d'adaptation aux évolutions sociales, politiques, économiques et environnementales. Cependant, Sur le marché africain, le taux de croissance du tourisme augmente 2,5 fois plus vite que dans le reste du monde, mais cette croissance profite surtout aux pays qui ont su mettre en place les stratégies les plus hardies pour développer le secteur. C'est ainsi que certains pays d'Afrique du nord, du sud et de l'est ont su capter près de 20% des arrivées de touristes en Afrique.

Le choix de notre sujet est né suite à une observation faite sur le tourisme en Algérie quant à certaines insuffisances liées à cette destination. De ce fait, nous pensons que le tourisme en Algérie fait face à de nombreuses difficultés, de menaces qui font que sa part de marché dans le tourisme mondial ne cesse de régresser depuis un certain temps.

**Mots clés :** stratégie, secteur touristique, Algérie.

### Introduction

Le tourisme est devenu une activité d'évasion par excellence, il est devenu un levier pour le développement durable en contribuant au développement économique du monde de par les revenus qu'il procure et par sa contribution importante au produit intérieur brut(PIB). Il est l'un des secteurs les plus dynamiques de l'économie mondiale.

L'Algérie a résolument et stratégiquement opté pour le développement du tourisme en tant que valeur économique sûre; elle est également convaincue que celui-ci, pour être compétitif dans l'espace méditerranéen, doit prendre pour fondements des valeurs écologiques et environnementales. Cela se justifie aussi par une exigence touristique nouvelle, de plus en plus portée vers les destinations les plus "naturelles" possibles. Les décideurs et les gestionnaires du tourisme sont aujourd'hui conscients que la protection du littoral, la préservation d'une bonne qualité des eaux et la disponibilité de surfaces littorales ayant maintenu leurs caractéristiques originelles, sont une garantie au développement durable et pérenne du tourisme<sup>1</sup>.

Pour étudier la composition du secteur touristique en Algérie, il convient d'abord de faire une étude historique de ce secteur afin de voir son évolution. Ceci nous permettra de mieux comprendre sa structure actuelle. L'Algérie est le pays dont les recettes touristiques sont les plus faibles. Seulement 0.14 % des recettes de devises<sup>2</sup>. Le tourisme représente actuellement un revenu de plus de 300 milliards de dollars, et dans certaines localités il constitue le premier pourvoyeur de fonds. En Algérie, la position géographique du pays au carrefour des routes aériennes, la richesse de sites ainsi que la diversité artistique et culturelle représentent des atouts majeurs qui font que le pays dispose tant sur le marché régional qu'international d'énormes atouts. A cela s'ajoute un environnement sociopolitique favorable contrairement aux pays voisins<sup>3</sup>.

### I- aperçu de la place et du rôle du tourisme dans le monde

Le tourisme constitue de nos jours un secteur économique fondamental dans de nombreux pays développés ; ainsi que dans les pays émergents. L'activité Touristique génère un chiffre d'affaire qui d'après l'OMT ; se situe à la troisième place des grands secteurs du commerce mondial avec 12% du PNB mondial. En effet il n'y a que les industries du pétrole et de l'automobile qui la précèdent<sup>4</sup>.

Etant la première industrie de service ; le tourisme est considéré comme une ressource à part entière et ouvre des perspectives d'avenir pour les nations<sup>5</sup>. Il favorise l'ouverture de grands chantiers source de création d'emplois (**215 millions de personnes** soit 8,1% des emplois dans le monde) et moteur de développement économique et social, non seulement par le tourisme en lui-même, mais aussi par l'effet d'entraînement qu'il a sur pratiquement tous les domaines de l'activité économique, tels que l'agriculture, la construction (la réalisation des structures modernes et nécessaires), l'artisanat (dont les touristes sont les principaux consommateurs de ses produits), le commerce dans ses multiples formes, et surtout les services de transport. (UNEP. 2006).

D'après les statistiques de l'OMT, l'industrie du tourisme a connue un accroissement fulgurant. A titre d'indication le marché mondial est passé de 160 à 341 millions de touristes internationaux de 1970 à 1986, soit une augmentation de 113% en 15 ans avec une moyenne annuelle de 4,88%, et il a atteint en 2006 pas moins de 840 millions de touristes internationaux.

### **I-1. Le tourisme Mondial en quelques chiffres ;**

- Le Taux de croissance du Tourisme est de 5% par an et dépasse de 1,3% la croissance générale de l'économie mondiale.
- Le Tourisme déplace un sixième (1/6) de la population mondiale. 842 millions de touristes en 2006 soit une progression de 4,5% par rapport à 2005.
- Pour le seul premier trimestre de l'année 2007, le tourisme mondial a enregistré 252 millions de personnes soit 6% de plus que le premier trimestre de l'année 2006. Un emploi sur 12 provient du tourisme.
- Les gains produits par le tourisme international ont atteint, en 2004, 623 milliards de dollars US et 682 milliards de dollars US en 2005, soit une progression de 3,4% et de 800 milliards de dollars US pour 2006. (SDAT 2005 à 2008).

L'effet du tourisme ne se résume pas qu'à ces aspects, mais il influe également sur la société, car il garantit un enrichissement social par la communication et les échanges culturels, qui s'opèrent avec la population de touristes qui visitent ces pays ; † condition d'observer les seuils tolérables à ne pas dépasser<sup>6</sup>.

## Quelles stratégies pour la relance du secteur touristique en Algérie

Les effets économiquement positifs peuvent s'accompagner d'autres effets néfastes notamment sur l'environnement si les capacités de charge des sites ne sont pris en considération d'autant plus que l'intérêt des touristes se tourne de plus en plus vers les zones relativement vierges et aux écosystèmes particulièrement fragiles.

Notons que la vision du monde sur le tourisme a évolué, elle ne se limite plus qu'à l'aspect quantitatif et économique qu'il génère, mais aussi aux conséquences liées à la croissance de l'activité

### I-2. Les Impacts du Tourisme.

Afin d'avoir une vision plus claire sur les impacts du tourisme, nous avons choisis de les classer suivant leurs nature (positifs et négatifs) et par rapport à leurs types (physiques et écologiques, socio démographique et économique).

Types d'impacts /Nature d'impacts	Impacts positifs	Impacts négatifs
<b>Physiques et Ecologiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Création des possibilités d'entretien du patrimoine existant.</li> <li>*Création d'un environnement agréable.</li> <li>*Développer les structures d'accueil.</li> <li>*Sensibilisation de l'opinion publique à l'environnement.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*La surexploitation des ressources naturelles.</li> <li>*L'augmentation de la pollution.</li> <li>*La dégradation des sites historiques.</li> <li>*L'augmentation de l'effet de serre à cause de l'augmentation du nombre de transports.</li> <li>*La dénaturation du paysage à cause de la construction de complexes hôteliers.</li> <li>*L'élimination d'une flore et d'une faune précieuses dûe à l'action directe de l'occupation de l'espace par les aménagements touristiques.</li> </ul>
<b>Socio-Démographiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*La création d'emplois.</li> <li>*Favoriser des attitudes plus dynamiques et une sensation de bien-être des individus suite aux voyages et aux échanges faits avec les populations locales.</li> <li>* Les échanges culturels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Les transformations des cultures locales et le changement des valeurs Culturelles.</li> <li>*Le choc des cultures.</li> <li>*détérioration du patrimoine culturel local.</li> <li>*Etre exposées à des risques, notamment le climat, les maladies tropicales, les épidémies.</li> </ul>
<b>Economiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Moteur pour l'économie locale.</li> <li>*Augmentation des revenus des populations locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Augmentation des prix de l'immobilier par la spéculation.</li> <li>*Augmentation des prix des produits de consommations (inflation).</li> </ul>

### II-Domains et mécanismes pour le développement du secteur du tourisme en Algérie

Au début des années 2000, on assistait à d'élaboration d'une stratégie pour le développement du secteur du touristique pour l'année 2025. Il s'agit désormais d'accompagner et d'encadrer la montée en puissance du tourisme national et de l'insérer dans les circuits commerciaux du tourisme mondial par l'émergence de la destination Algérie comme destination touristique de référence au plan international.

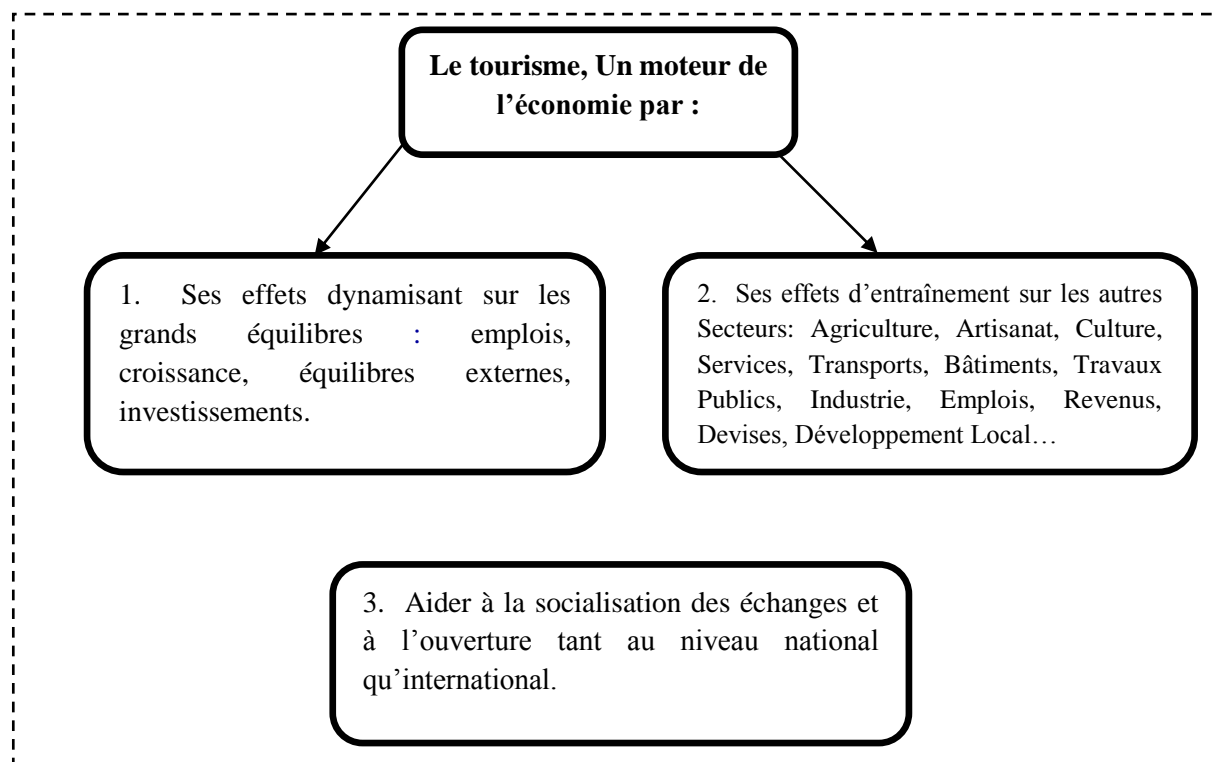
Cependant, la construction d'une Destination Nationale labellisée requiert la définition d'une démarche organisée et durable permettant de doter l'activité touristique de la lisibilité et de la visibilité nécessaires à la consécration d'une économie touristique alternative aux ressources tarissables et non renouvelables que sont les hydrocarbures

En termes d'objectifs, et au-delà des aspirations à contenu essentiellement économique, la législation algérienne réaffirme la volonté de l'État de préserver l'environnement, d'améliorer le cadre de vie, de valoriser et surtout de pérenniser notre capital naturel et culturel. S'inscrivant en droite ligne dans cette politique, la nouvelle politique touristique s'appuie avant tout sur la mise en valeur des régions et des territoires en se fondant sur leurs atouts et leur attractivité, tout en mobilisant les acteurs qui y vivent. La nouvelle politique touristique poursuit trois objectifs majeurs:

- 1- Améliorer les équilibres macroéconomiques: l'emploi, la croissance, la balance commerciale et financière et l'investissement.
- 2- Déclencher des effets d'entraînement sur les autres secteurs (Agriculture, Artisanat, Culture, Transports, Services, BTPH, Industrie, Emplois...).
- 3- Aider à la socialisation des échanges et à l'ouverture tant au niveau national qu'international.

### II-1. Le tourisme, une priorité nationale.

Le tourisme n'est plus désormais un choix, c'est un impératif. Il constitue une ressource alternative aux hydrocarbures en tant que ressource épuisable au cours de ce siècle.



La prise de conscience nationale de l'enjeu du développement touristique en tant que vecteur de développement économique et social aux côtés des autres secteurs productifs (Industrie, Agriculture ...) impose la nécessité pour l'État de se doter d'un cadre stratégique de référence et d'une vision claire à l'horizon 2025, s'appuyant sur des objectifs chiffrés et précis. C'est tout l'objet du **Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT 2025 »** en tant que composante du Schéma National d'Aménagement du Territoire -SNAT 2025-, dont l'élaboration a été prévue et définie par la loi 02-01 du 12 décembre 2001 relative à l'Aménagement du Territoire et au Développement Durable.

## Quelles stratégies pour la relance du secteur touristique en Algérie

Tableau N°1 : L'afflux de touristes vers l'Algérie

Années	Touristes étrangers	Ressortissants Algériens à l'étranger	Total
1999	140862	607675	748537
2000	175532	690446	865984
2001	196229	705187	901416
2002	251245	736915	988060
2003	304914	861373	1166287
2004	368562	865157	1233719
2005	441206	1001884	1443090
2006	478358	1159224	1637582
2007	511188	1231896	1743084
2008	556697	1215052	1771749

Source : ministère du tourisme

### II-2. Produits touristique à développement pour la promotion du secteur du tourisme en Algérie

Il existe différents types de tourisme dans le monde ainsi que différents moyens de les classifiés, nous nous contenterons de citer les types les plus fréquents et les plus représentatifs tout en donnant une petite définition à chacun des types retenus. Le tourisme peut être classé selon la destination :

#### 1. Le Tourisme balnéaire (la mer).

Le tourisme balnéaire c'est le tourisme des vacances au bord de mer. Il constitue la forme de tourisme la plus répandue dans le monde ainsi qu'en Algérie. La cote, la plage, la mer et le soleil sont des attraits indéniables pour les touristes. D'ailleurs le tourisme balnéaire est la première forme touristique apparue. En Algérie, les premiers bains de mer furent inaugurés en 1896.

#### 2. Le Tourisme de montagnes (la montagne).

La montagne connaît deux types de fréquentation touristique aux caractéristiques contrastées : l'une liée aux sports d'hiver qui concerne une population assez restreinte, sur une période limitée et un territoire étroit aménagé pour la pratique du ski. L'autre, essentiellement estivale, concerne l'ensemble du territoire de montagne, notamment les espaces protégés et attire un public plus large pour des randonnées ou des campings.

### **3. Le Tourisme urbain (la ville).**

Le tourisme urbain est l'une des formes les plus anciennes de l'activité touristique, mais la ville est une destination à part entière depuis la fin des années 1980. Ainsi, les villes ont pris conscience de ce «gisement touristique » et elles ont uni leurs efforts pour mener des actions en commun, notamment en matière de promotion ; des réseaux, associations ou clubs ont vu le jour ces dernières années.

### **4. Le Tourisme rural (la campagne).**

Le tourisme rural est un mode d'hébergements diffus des populations accueillies en zone rurale. Il est apparu dans les années 1970 en réaction à la construction des grandes concentrations touristiques.

**Tableau N°2 : Répartition des hôtels et établissements assimilés par catégorie d'établissement**

6°catégorie(sans)	5°catégorie(*)	4°catégorie(**)	3°catégorie(***)	2°catégorie(****)	1°catégorie(*****)	Total
851	42	62	67	22	13	1057

Source : ministère du tourisme

### **5. Le Tourisme d'Affaires.**

Le tourisme d'affaires désigne les déplacements à but professionnel. Il combine les composantes classiques du tourisme (transport, hébergement, restauration) avec une activité économique pour l'entreprise. Le tourisme d'affaires comprend quatre types d'activités:

- les congrès et les conventions d'entreprise,
- les foires et les salons,
- les réunions de stimulation, séminaires et réunions d'entreprises,
- les voyages d'affaires individuels.

**Tableau N°3 : Répartition de la capacité hôtels et établissements assimilés par catégorie d'établissement**

6°catégorie(sans)	5°catégorie(*)	4°catégorie(**)	3°catégorie(***)	2°catégorie(****)	1°catégorie(*****)	Total
4590	3383	14857	5415	2 315	51474	82 034

Source : ministère du tourisme

### **6. le Tourisme Saharien.**

Le Sahara constitue le plus grand désert du monde avec plus de huit millions de kilomètres carrés séparant l'Afrique du nord de l'Afrique noire et s'étendant sur 5300 km de l'Atlantique



à la mer rouge et 1700 km du versant sud de l'Atlas algérien jusqu'aux premières steppes sahéliennes<sup>7</sup>. Sachant que le tourisme représente l'une des activités économiques les plus rémunératrices d'emplois dans le monde, les pays qui ont le Sahara en commun ont pris conscience du formidable gisement de ressources que représente le tourisme saharien : richesse du patrimoine culturel et naturel, proximité de l'Europe, premier marché touristique mondial.

### **III-Stratégie de soutien des institutions du secteur touristique en Algérie :**

Toute stratégie touristique appelle une organisation et une gouvernance. Cette gouvernance vise à favoriser la mise en place d'interactions constructives entre les trois principaux acteurs du développement touristique<sup>8</sup> :

**L'état** conçoit la politique au niveau national que les collectivités locales mettent en oeuvre au plan régional et local. L'État reste le moteur du développement à la faveur de démarches qui visent à créer un environnement politique et juridique favorable et de programmes de développement adossés à la promotion de la qualité et la labellisation de la nouvelle destination Algérie. **Les acteurs économiques** qui portent les projets génèrent des ressources et **créent les richesses et les emplois**.

**La société** qui facilite l'interaction politique et sociale en participant aux activités touristiques et au développement d'une culture touristique fondée sur les acquis d'une authentique civilisation. Elle participe également de l'aide à la formalisation définitive des projets touristiques définis dans les différents pôles en respectant la méthode de la démarche ascendante et participative<sup>9</sup>.

La gouvernance permet ainsi d'assurer la mise en œuvre des projets dans un cadre transparent et dans une optique de cohérence respectée, de faisabilité technique et économique vérifiée et de bonne répartition des missions entre investisseurs publics et privés ainsi que de la bonne planification des actions dans l'espace et le temps.

Tableau N°4 : bilan touristique

Année	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Recettes	80	102	110	111	112	178.5	184.3	215.3	218.9	300
Dépenses	250	193	194	248	255	340.9	370	380.7	376.7	394
différence	-170	-91	-94	-137	-143	-162.4	-185.7	-165.4	-151.8	-94

Source : Banque d'Algérie

### III-1. Les objectifs des stratégies de développement du secteur touristique en Algérie :

- ✓ Aider à la création d'un climat propre à la mise en tourisme de la destination Algérie,
- ✓ Aider à l'émergence des projets touristiques dans les différents pôles touristiques d'excellence en respectant une démarche participative,
- ✓ Veiller à la mise en œuvre des projets dans une optique de cohérence, de faisabilité technique et économique vérifiée et de durabilité,
- ✓ S'assurer de la bonne planification et de la bonne articulation des actions dans la durée.

La réorganisation des structures de l'administration du tourisme est aujourd'hui achevée par les services centraux. Les services extérieurs (direction du tourisme de wilayas) seront quant à eux renforcés aux différents plans humain et matériel en vue d'une prise en charge plus efficace de leurs missions d'animation, d'appui, d'encadrement, de promotion et de contrôle des activités touristiques qui seront déterminées par le SDAT<sup>10</sup>.

### III-2. Réorganisation des institutions du secteur touristique en Algérie

Cette réorganisation concernera en outre le renforcement et l'élargissement des missions de l'Agence National de Développement Touristique (ANDT) et de l'Office National du Tourisme (ONT). En ce qui concerne l'échelon local, la mise en œuvre de la stratégie nationale de développement du tourisme s'appuiera principalement sur la participation et l'implication de l'ensemble des acteurs locaux (Collectivités locales, opérateurs, associations...)<sup>11</sup>.

**1. L'ANDT :** Outre ses missions relatives à l'aménagement et à la gestion des zones d'expansion touristique, l'ANDT devra assurer les missions d'ingénierie hôtelière et touristique ainsi que les prestations d'étude et de conseil au profit des opérateurs et des investisseurs.

- ✓ Elle devra également prendre en charge la valorisation des potentialités touristiques en assurant une synergie entre l'ensemble des activités à l'intérieur des zones d'expansion et des sites touristiques.
- ✓ Elle est également chargée de la maîtrise d'ouvrage déléguée sur la base d'une convention de mandat.
- ✓ Ces mesures permettront à l'ANDT de rayonner sur l'ensemble des zones et d'initier toute action visant à garantir la compétitivité de l'offre touristique nationale.

**2. L'ONT :** Le rôle de l'ONT, organe de promotion institutionnelle, devra être renforcé en vue d'une meilleure maîtrise des opérations, de marketing et de relations publiques. Force est de constater que l'ONT, instrument de mise en œuvre de la politique de promotion et de communication du tourisme algérien, aussi est-il est urgent de procéder à la révision de son statut et au recentrage de ses attributions dans le but, notamment de :

- ✓ Privilégier les missions d'étude et prospectives,
- ✓ Adapter les actions de promotion aux évolutions des marchés touristiques,
- ✓ Impliquer davantage les opérateurs et les professionnels du tourisme, dans la conduite d'opérations promotionnels conjoints,
- ✓ Utiliser les nouvelles techniques de communication et d'information.

**3. L'ONAT :** L'office national des activités touristiques compte 35 agences réparties à travers 25 wilayas. L'ONAT est une entreprise à caractère commercial qui a en charge une activité d'intermédiation entre ceux qui offrent des services en Algérie et la demande potentielle à l'étranger. Elle s'est recentrée sur son activité de base qui est celle d'organisateur de voyage.

**Ses principales missions sont :**

- L'animation, la promotion et l'information touristiques
- La participation aux opérations de promotion commerciale.
- L'organisation des activités afférentes aux congrès et conférences.
- La conception et la réalisation des programmes de manifestations touristiques liés à la politique de loisirs.
- La coordination avec les syndicats d'initiative du tourisme à travers le territoire national.

### Conclusion

Le développement d'un tourisme durable ayant pour préoccupation majeure la préservation de l'intégrité physique et écologique des zones, d'une part, et la recherche du bien-être social et économique, d'autre part. Ces principes se fondent aussi sur des approches et des valeurs comme: la participation, le partage, l'intégration, la responsabilisation, la coopération, la formation, le suivi et le contrôle.

1. Le développement durable du tourisme dépend en grande partie de la qualité des stratégies nationales et des plans de développement touristique élaborés au niveau national et local.
2. L'industrie du tourisme doit s'efforcer de développer le tourisme de façon responsable vis-à-vis de l'environnement, en reconnaissant que la préservation des ressources naturelles, qui sont à la base de son industrie, est de sa responsabilité ultime.
3. L'intégration du tourisme dans la gestion intégrée des zones garantit que son développement se fait en respectant la capacité d'accueil environnementale de la région et que les conflits avec les autres activités sur le littoral sont réduits au minimum.
4. L'évaluation environnementale fournit une approche structurée pour prévoir les impacts potentiels et pour incorporer des mesures d'atténuation, durant les phases de conception, de construction et d'exploitation.
5. Les entreprises du secteur touristique et les autorités nationales et locales doivent coopérer pour élaborer et mettre en place des mesures qui minimisent l'altération de l'environnement et ses impacts, durant la phase de construction.
6. Un éventail de mesures et de technologies de gestion doivent être déployé pour limiter les impacts négatifs du tourisme sur les zones touristiques, durant la phase d'exploitation.
7. La surveillance et l'évaluation sur le long terme constituent un mécanisme pour détecter l'apparition d'éventuels effets négatifs sur l'environnement et la société, et pour faciliter la prise à temps de mesures adéquates d'atténuation.

8. Une concertation efficace avec les principaux acteurs concernés, notamment la communauté locale, contribue largement à la réussite à long terme des projets de tourisme sur le littoral.
9. Le développement durable du tourisme nécessite le renforcement des ressources humaines et des capacités institutionnelles, dans tous les secteurs impliqués et aux divers niveaux.
10. Les gouvernements, les organisations internationales et régionales, l'industrie et les ONG en rapport avec le tourisme, doivent coopérer pour élaborer et échanger des méthodes et des technologies qui favorisent un tourisme durable vis-à-vis de l'environnement

**Références Bibliographiques :**

<sup>1</sup> Pierre.Py, Droit du tourisme, Editions Dalloz, Paris, 2002, page 02

<sup>2</sup> Jean-Marie Collombon, Tourisme et développement, inéluctable évolution, 2002, page 32

<sup>3</sup> Isabelle Frochot et Patrick Legohérel, Le marketing du tourisme, Dunod 2007, page 12.

<sup>4</sup> Les perspectives offerts par le tourisme électronique dans les pays en développement, CNUD, rapport sur l'économie de l'information 2005,page 08

<sup>5</sup> Thierry de la Grange, Tic et tourisme, Décembre 2004

<sup>6</sup> Alain Cucchi, Touristes et Internet, Quelques éléments de réflexion, Décembre 2007, page 125.

<sup>7</sup> ABDOUSSALEM B.A. "Etude préparatoire sur l'exploitation des énergies renouvelables en faveur du tourisme au Niger" UNESCO, 2002, page 23.

<sup>8</sup> Schéma Directeur d'Aménagement Touristique "SDAT 2025", Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, 2008, page 07

<sup>9</sup> Tourisme DZ, magazine électronique du tourisme et de l'hôtellerie, 2011. Page 07

<sup>10</sup> Les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, Rapport général sur le SDAT, Livre2, Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, 2008b, page 06

<sup>11</sup> Une dimension touristique nouvelle et novatrice, Magazine bimestriel du tourisme et de l'hôtellerie INTREXPO, Alger, 2010. Page 26